AFFLUENZA

The All-Consuming Epidemic 2nd Edition



约翰·格拉夫（John de Graaf）
[美] 大卫·瓦恩（David Wann） 著
托马斯·内勒（Thomas H. Naylor）

闫佳 译

车奴、房奴、卡奴……
今天你又花钱了吗?

中国人民大学出版社
China Renmin University Press

著作权合同登记号
图字：01－2006－2413

AFFLUENZA

“我刷，我刷，先消费、再还款，天天刷，累积分，我们天天刷，从不放过任何机会……”

直到——

- 你焦虑、失眠、易怒、冲着孩子大喊大叫，甚至嫌微波炉加热速度太慢；
- 你经常和人吵架，无比渴望拥有某样东西，得到它后却感到空虚无比；
- 你新买了一个漂亮的大衣柜，但你的屋子不够大，于是你又多花了一笔钱拆掉“碍事”的墙；
- 东西太多了，家里像仓库一样拥挤不堪，你很多年不敢请同事到家里来玩。

……

在这个物质主义社会，人们都患上了“物欲症”，将“美好生活”等同于“物质生活”。过度消费就像流行性感冒是一种具有高度传染性的病毒，带动社会的购物风潮。这种行为，往往威胁人们的钱包、家庭、小区与自然环境。

作者用幽默的漫画、有趣的故事、潇洒的文字，为这种困扰着很多人的疾病演绎了一套完整的行动指南，它将带给你更有感觉、更愉快、更让你满足的生活和工作方式。

上架指导：社会学/消费趋势



ISBN 7-300-07601-7/F・2576

定价：39.80 元

AFFLUENZA

The All-Consuming Epidemic 2nd Edition

流行性物欲症

约翰·格拉夫（John de Graaf）
[美] 大卫·瓦恩（David Wann） 著
托马斯·内勒（Thomas H. Naylor）

闫佳 译



中国人民大学出版社
China Renmin University Press

图书在版编目（CIP）数据

流行性物欲症/（美）格拉夫等著；闾佳译.
北京：中国人民大学出版社，2006
ISBN 7-300-07601-7

Ⅰ. 物…
Ⅱ. ①格…②闾…
Ⅲ. 消费-社会问题-研究
Ⅳ. C913.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2006）第 107191 号

流行性物欲症
［美］约翰·格拉夫等　著
闾佳　译

出版发行	中国人民大学出版社		
社　址	北京中关村大街 31 号	**邮政编码**	100080
电　话	010－62511242（总编室）		010－62511398（质管部）
	010－82501766（邮购部）		010－62514148（门市部）
	010－62515195（发行公司）		010－62515275（盗版举报）
网　址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com（人大教研网）		
经　销	新华书店		
印　刷	河北三河市新世纪印务有限公司		
规　格	160mm×230mm　16 开本	**版　次**	2006 年 9 月第 1 版
印　张	16.5 插页 2	**印　次**	2006 年 9 月第 1 次印刷
字　数	193 000	**定　价**	39.80 元



在诊疗室里，医生正为一位打扮高雅入时的迷人女士诊断病情。“从身体状况上来看，您没有任何问题。”医生说。病人迷惑不解地问：“那我为什么老是觉得恶心、胃胀气、反应迟钝呢？我已经买了一幢新的大房子、一辆崭新的车、一个全新的衣柜，而且我刚刚升了职。医生，为什么我还是感觉糟糕透顶呢？你能给我开些药吗？”医生摇摇头，“我想不行，”他答道，“现在还没有什么药物能治好您得的这种病。”“那到底是什么病呢？”病人惊恐而焦急地问。“物欲症，”医生表情严肃地说，“一种全新的流行病，传染性极强。虽然并不是什么无药可救的绝症，但治疗起来很困难。”

这是一种在整个社会蔓延的恶性病毒，它威胁着我们的钱包、友谊、家人、社区和环境。我们称之为“物欲症”。在全世界每一块大陆上都不难找到这种病毒的身影。

物欲症会造成极强的影响和后果，但它们往往是隐蔽的。倘若得不到及时的治疗，这种病毒会引发人们无止境的贪欲。如果你查查《牛津英文字典》（*Oxford English Dictionary*），你可能会看到如下解释：

物欲症（affluenza）：名词。一种传染性极强的社会病，由于人们不断渴望占有更多物质，从而导致心理负担过大、个人债务沉重，并引发强烈的焦虑感。它还会对社会资源造成极大浪费。

濒临失衡的地球

这种病毒就像一种看不见的噬脑魔，正无声无息地蚕食着我们的

环境。1992 年美国前副总统阿尔·戈尔（Al Gore）在他还是参议员的时候，写过一本名为《濒临失衡的地球》（*Earth in the Balance*）的畅销书。当时的戈尔指出，

美国每年消耗越来越多的煤炭、石油、空气、水、树木、耕地以及上千种矿物质，不仅把它们变成人类必需的食物和住处，还将之生产成许多我们并不需要的东西。有形物质的积累达到了一个前所未有的高度，与此同时，越来越多的人却感到生命空虚难耐。

戈尔暗示美国人沉溺于物质。他写道，我们的文明以为“消费大量闪闪发光的新东西”就能实现快乐，“可这种想法却总是落空”。一年以后，戈尔就任美国副总统。在就职典礼上，女高音唱起了古老动听的摇摆曲：“简单是福”（Simple Gifts），歌词唱道：“简单是一种幸福，自由是一种幸福……”戈尔随着歌声，赞同地点着头。可接下来的几年里，奇怪的事情发生了。噬脑魔悄悄到来，把他吞噬了。

1996 年的副总统辩论会上，戈尔的对手杰克·肯普（Jack Kemp）许愿，要让“美国的经济规模在未来 15 年里翻两番”。戈尔丝毫没有提出质疑：对于美国人来说，消费翻两番是不是真的是件好事？到了 2000 年的选举，阿尔·戈尔干脆彻头彻尾地变成了物欲症的代言人。在一次总统辩论会上，他鼓吹要在 10 年里让美国经济规模扩大 30%。而在我们每个人身上，似乎也都发生了类似戈尔的变化。

“有谁想要成为百万富翁呢？”ABC 电视台的节目里这样问道。显然，几乎每个人都想。

当然，这种狂热情绪也渐渐走到了尽头，而且，大多数人也都意识到了这一点。早在 1995 年，民意调查专家理查德·哈伍德（Rich-

ard Harwood）为梅里克家庭基金会（Merck Family Fund）调查美国人民的消费态度时，就发现了这个问题。

“人们说，我们花了很多钱，买了很多自己根本不需要的东西。我们的孩子变得越来越物质主义。我们这样挥霍无度，会损害下一代和自己的未来。不分宗教信仰、年龄、种族、收入和教育水平的差别，人们不约而同地得出了这个结论。在美国，人们普遍认为：我们现在正变得越来越物质主义，越来越贪婪，越来越热衷于自己的想法，越来越自私。我们应当重新恢复一直指导这个国家前进的不朽价值观：有关信仰、家人、责任感、慷慨和友谊的价值观。”

多几个地球才行

在我们看来，物欲症这种传染病，深深地根植于对经济扩张的狂热追求。它深深地根植于单以国内生产总值衡量国家发展水平高低的做法。它还深深地根植于这样一种想法：每一代人都应当过得比上一代更富裕，而且，每个人都有一心一意追求金钱的权利，这么做并不会损害我们所珍视的其他东西。

但事实上，这根本行不通。本书的观点是，如果我们再不抛弃“买！买！买！”的作风，很快就将付出难以想像的代价。最糟糕的后果是，物欲症会把整个地球都拖垮。“我们人类生产和消费的速度，远远超过地球分解污染和再生资源的速度。”企业批评家杰里米·里夫金（Jeremy Rifkin）说。科学家认为，如果全世界每个人都突然采用了美国的生活标准，那我们还得再多几个地球才经得起折腾。

相互关联

油价飙升、天气恶劣；经济持续增长、贫困人口增加；消费者信心强劲、债务盘旋上升。这一切之间存在什么联系吗？

在过去8年多的时间里，宣布个人破产的美国人比同一时期的大学毕业生还多。如果把我们每年制造的固体垃圾全都装进垃圾车，那么这条车龙的长度足足相当于地球到月球距离的一半。美国所拥有的购物中心数量是全美高中数量的两倍。虽然美国的人口只占全球人口的4.7%，但却制造了全球25%的温室效应废气，直接导致地球气候变暖。95%的美国人希望能有更多时间陪伴家人。全美40%的湖泊河流污染太过严重，不适于游泳与钓鱼。美国CEO的平均工资是员工的475倍，这个数字自1980年以来翻了10倍。从1950年开始，美国人所耗用的资源比有史以来的任何人都多。

不管这些事实看起来有多么不相关，它们却都是物欲症的各种症状，它们之间都存在着联系。由于美国人是世界上最挥霍无度的消费者，本书的大部分内容都围绕着美国展开。但随着美国生活方式成为全世界其他国家所效仿的榜样，美国所遇到的各种问题也开始在全球各地蔓延。但其他国家或许能有更多的选择。在物欲症尚未疯狂扩散的国家，当地人民可以防止病情继续传染，保持一种更和谐的生活方式。我们相信，不管是贫穷还是富裕，每一个国家、每一个人，都可以从美国的错误里汲取更多教训。经济的全球化意味着我们所有人都站在同一条船上，我们必须理解并控制这种疾病。

症状

本书分成三个部分。第一个部分揭示了物欲症的诸多症状，并将每种症状和真实的流感症状做比较——虽然这么做不乏开玩笑的意思。

我们将每种症状单列成章，从个别的症状入手，接着转到社会条件下，最后再扩展到物欲症对整个环境的影响。

你可能会惊讶地从一些章节中发现自己的身影——“这不就是我嘛!”你还可能发现，有一些章节所讨论的情况跟你的朋友们一模一样。某些症状可能会让你加倍心烦，因为你担心自己的孩子甚过担心“地球母亲”。你可能过着相当优越的生活，可老是感到压力重重，要不就是觉得人生缺乏目标和意义。又或者，你可能很穷，你买不起电视广告里说“必须”买给孩子们的玩具，这让你感到分外恼怒。因为堵车，素不相识的司机对着你破口大骂，这或许让你感到备受侮辱。推土机推平了社区周围最后一块开阔地——很快就会修起一幢又一幢一模一样、车库能放 3 辆车的房子，你觉得心里窝火。如果你上了年纪，你也许发现你的孩子根本做不到收支平衡，你也许还开始操心自己的孙子孙女。如果你年纪轻轻，你或许为自己的未来忧心忡忡。

我们深信，不管你来自何方，你肯定已经清楚地意识到，自己确实感染了物欲症的一些症状。

疾病的起源

在本书的第二部分，我们将深入症状，寻找病因。难道物欲症是

人类的本能吗？这种恶性病毒源自何处？在历史上，这种病毒发生过什么样的变异？它是从什么时候起变成了一种时代流行病的？作为社会的一员，我们做了哪些不恰当的选择（比如说，在自由时间和"东西"之间，我们选择哪样？），使得病毒得以扩散蔓延？我们在历史长河和多种文化中仔细寻觅，找出了物欲症的预兆，以及为了控制和隔离这种疾病，人们所做的早期尝试。

接下来，我们还发现，病毒的扩散不仅仅是因为整个社会的默许，还因为技术至上的文化创造出了各种强有力的电子带菌者，它们起到了推波助澜的作用。我们认为，物欲症试图以各种效率低下、破坏性强的方式满足我们的需要。依靠物欲症蔓延大发一笔的人，向社会上充斥的江湖医生疯狂行贿，两者串通起来蒙蔽大众，听凭病毒肆意扩散。

治疗法

但我们绝对不是说，你只能永远地陷入沮丧。物欲症是可以治愈的。

2004 年进行的一次民意调查发现，48% 的美国人声称自己已经减少了个人支出；85% 的美国人认为，美国是一个紊乱失调的社会；93% 的受访者觉得美国人太关心工作和挣钱；91% 的受访者相信，我们购买和消费的东西远远超过自己的实际需要；81% 的受访者认为，为了保护生态环境，我们有必要在生活方式上做出重大改变；超过 50% 的人说自己负债过多；87% 的人觉得在当前的消费文化熏陶下，很难向孩子们灌输积极的价值观。本次调查由全美民意调查公司怀德梅耶通信（Widmeyer Communications）进行，抽查了 1 300 名美国成

年人，误差幅度为3%。

日益混乱的生活方式不断迫使人们逃离现状。他们的队伍逐渐扩大，使企业厂商流失了上百万潜在的新客户。于是，精明的商人们转而怂恿我们通过购买各种新产品、订阅新的出版物来“简化”生活。举个例子，时代华纳主办的《真简单》（*Real Simple*）杂志，第一期还没出版就吸引了40万名订阅者。尤为讽刺的是，这份杂志上充斥着各种奢侈品的广告。

这个现象说明，很多人都在寻找物欲症的解决办法。本书的第三部分即试图和读者分享一些我们所找到的答案。

针对症状，我们首先为个人提供治疗方法，而后再上升到社会和政治层面上。就像你得了流感，躺在床上休息，吃了感冒药，喝上一碗热腾腾的鸡汤——各类“新节俭运动”和“自发简单运动”为治疗个人物欲症提供了常规处方。

我们还鼓励大家多参与野外运动，重新投入大自然的怀抱，这种做法对物欲症具有神奇的治疗效果。我们同意未来学家杰拉尔德·塞伦特（Gerald Celente）的看法，他是《21世纪的生活大趋势》（*Trends, 2000*）一书的作者。他说，“你看看这段广告，一个中年人走在树林里，舞动双臂砍着木头。突然之间，广告转到下一个镜头，他回到家里，木头堆在他身后，而他居然正在跑步机上锻炼身体！跑步机肯定要花钱买，对吧？这可真滑稽。在树林中漫步比它好得多，而且一分钱也不用花。”

我们提议重建家庭和社区，尊重地球及其生物准则，恢复它原有的面貌。我们还提供了“政治方针”，我们希望设立一些深思熟虑的法律——就像“夺回自己的时间”运动（www.timeday.org）所建议的那样，在挣更多的钱和拥有更多私人时间中自由选择——这有助于

创造一个不那么适于物欲症蔓延的社会环境，人们也更容易恢复健康。

我们还为读者提供了一些预防性措施，其中包括能强化个人和社会免疫系统的疫苗和维生素。我们建议每年进行一次身体检查。这种体检可分为3个阶段：

1. 你可以亲自动手，检测自己的个人健康状况。

2. 你可以使用几个美国城市发展设计的维持度指标，帮助检查社区的健康状况。

3. 最后，你可以找出一种真实有效的方法，替代现在用来检测国家健康状况的过时指标：国内生产总值（GDP）。

我们推荐使用一种叫做“真实进步指标”（genuine progress indicator，GPI）的指数，它是加利福尼亚州奥克兰市的智囊团“重新定义发展”组织所设计的。GPI为我们描绘出一幅有关成功社会的完全不同的景象。然而，随着GDP历史地位的稳步提高，1973年以后GPI指数走向了衰落。

此外，我们在本书新版中增加了一种新的方法——一支温度计，专门用于测量这种集体病是在走向好转还是逐渐恶化。

本书中很少有什么真正的新信息，连我们所谈的问题本身，在这个“信息化时代”也毫不新鲜。它只是想帮助读者搞明白我们现在已知的事实。我们提供了一条理解的途径，把表面上没什么关系的个人、社会和环境问题串了起来——把它们看做是一种威胁你我未来和下一代的时代病的各种症状。我们并不奢望你会同意本书中提及的每一件事，也不奢望立刻就能说服你，让你相信物欲症真的是一种疾病。不管你对消费做出了什么样的选择，你至少会更清楚它们可能造成的后果。



本书所要传达的信息并不是要读者再也不买东西，而是希望你更仔细、更有意识地去购物，注意到自己所买物品的真正用处和它的实际代价。**要记住，生活里最美好的东西，从来不是有形的“东西”。**



德克萨斯州佩尔兰德市，斯基恩一家及全家财产



印度阿拉劳拉邦，耶地沃一家及全家财产

编辑手记

一切为了您的阅读体验

·当您长时间阅读的时候，是不是会感到眼睛发酸？

·您在阅读的时候，是不是经常觉得书很重？拿书时间长了，手会很酸？

·您在阅读的时候，手会不会被油墨弄脏，被锋利的纸边划伤？

·您是不是在书店的书架上很难发现想要找的书？

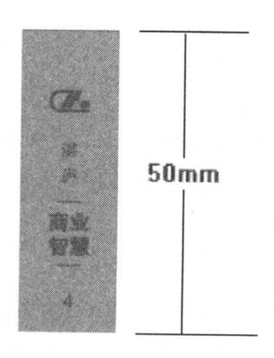
·您是不是经常对书的封面、装帧设计有想法？

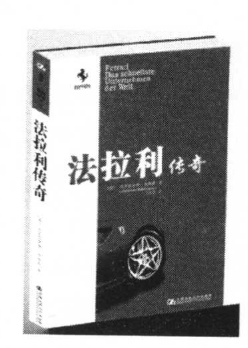
·您是不是想知道编辑在制作一本书的时候是怎么考虑的？

我们的编辑善意地提醒您，获得知识不能够以损害健康为代价。

找“小红帽”

为了便于读者辨认，我们在每本图书的书脊上部5cm处，全部用红色标记，称之为——“小红帽”，读者可以在浩如烟海的书堆中清楚地发现。





用轻型纸

您现在正在阅读的这本书所使用的是轻型纸，价格比一般的纸更贵。我们之所以采用这种纸，主要是为了让您享受更好的阅读体验：

a） 轻型纸的白度大约在 80°左右（国际上提倡纸张的使用白度不高于 84°，色泽为原色调），这样可以使读者在阅读时有舒适感、不刺眼、不疲劳，长时间阅读不易对读者的视力造成损伤。

b） 轻型纸的质感和松厚度好，耐折，不透明度高。油墨吸收性好，不易脱落，不会被油墨弄脏手。

c） 轻型纸和胶版纸相比，其印制的图书比用普通纸印制的图书重量减轻约 1/3，这样无论是携带还是阅读，都更为方便。

d） 轻型纸的韧度好，与质地较脆的胶版纸比较，翻阅的时候声音小，也不容易破损；纸张不易返黄，所印书籍可长期保存。

e） 轻型纸成书后，切口有毛边，正是这些不太美观的小毛边，保证不会像小刀片一样，划伤手；

f） 轻型纸是纯木浆纸，在生产过程中不含荧光增白剂，造纸时不会对纸浆进行漂白、蒸煮处理，只需打浆处理，不会有废气废液排出。从环保的角度考虑，我们更愿意采用更为环保的轻型纸。

关注阅读体验

我们的调查显示，读者在 500~600 字的长时间阅读后会感到逐渐疲劳。我们目前所使用的字体、字号和行距，是在经过大量调查研究的基础上确定的，符合读者阅读感受。每页设计的字数可以在阅读疲劳周期的低谷到来之前，使读者稍作停顿，减轻读者的阅读疲劳，舒适的阅读感觉油然而生。

装帧设计

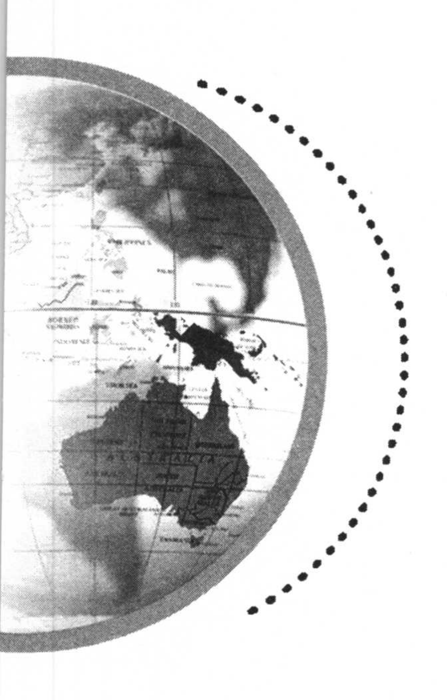
我们身边到处充斥着条形码，它似乎等同于物质也等同于我们的生活，一条条黑色的线条割裂了我们与自然的真实接触，也拉长了人们购物的时间，它似乎就是“物欲症”病毒的基因组合,让这个流行病在我们的社会中以不同的形式迅速传播。

白色、黑色、红色强烈的对比，给人印象深刻，发人深省。

CONTENTS

目录

第一部分 症 状



第1章 购物高烧

宝贝儿听我说
要是你想跟我玩儿
你就带上所有的钱
赶紧
到我这里来
我是超级超级购物狂
宝贝儿快来吧
这儿有太多的东西需要买
赶紧
把钱从银行取出来
这儿有太多的东西需要买
——民歌手艾伦·阿特克森（Alan Atkisson）

这天是感恩节，8岁的詹森·琼斯刚刚吃完流行的节日大餐：火鸡、酸果曼沙司①加南瓜派。他坐在电脑前，没完没了地打着一份自己希望得到的圣诞礼物清单。他心里打着小九九，巴望明天就去把这份清单交给商场里的促销圣诞老人②。这份清单里包括10个愿望：去迪士尼乐园玩一趟，买一辆山地车、一部手机、一台DVD机，还有几张CD。

詹森并不是个傻孩子，他才不信世界上真有什么圣诞老人呢，但他知道父母就是“圣诞老人”，一定会满足自己提出的愿望。所以，星期五他起了个大早，兴致勃勃地玩起这个“游戏”来。母亲珍妮特带上他，开着家里的林肯导航员SUV（美国中产阶级的标准家庭用车），在路上奔波了一个半小时，来到全明星购物广场。这时，已经有成千辆车在拼命争夺离广场入口最近的停车位了。

购物中心人来人往，是物欲症传染的高危地带。这里挤满了在假期出来购物的狂热分子们，他们才不管什么物欲症呢，就算知道也毫不在乎。他们的“自卫武器”惟有信用卡和支票簿。在一家商店里，一群人围观两对父母为了争夺最后一套迪诺娃娃（Dino-Man，这是近来最流行的玩具，暴龙脑袋，身体是辆起重机，比芭比娃娃卖得快多了）而大打出手。在拐角，有位母亲抽抽噎噎地哭起来，她来得太晚，没法给儿子买到迪诺娃娃了。“要早知道是这样，我昨儿个连夜就该来搭帐篷排队的。”她懊悔不迭地叹息道。其他早已筋疲力尽的顾客，带着一脸的紧张和乏味，坐在自动扶梯旁的长椅上，背后是层层叠叠、码得像山一般高的商品。

---

① 即小红莓调味酱汁，是感恩节餐桌上必不可少的食物。美国每年九十月份盛产小红梅，所以小红梅酱也成了感恩节大餐中的一个配角，但它不是当果酱来吃，而是用来蘸食火鸡或其他肉类的。——译者注

② 在圣诞节期间，美国的大型购物商场中一般都会有真人扮演的圣诞老人，孩子们可将自己的节日愿望告诉他。——译者注

詹森排了将近一个小时的队，才来到圣诞老人面前，递上自己的清单。然后，他妈妈留给他一大把硬币，把他搁在专为孩子们准备的大型游戏机前，自己就迫不及待地冲进商场逛小店去了，好几个小时之后，詹森才见到她提着大袋小袋的身影。回家途中，两人又到百视达去租了一堆电影碟，好打发漫漫长夜。

虽说已经是晚秋季节，可这个星期五却格外晴朗暖和。照理说，难得好天气，孩子们应该在街上玩耍，打打棒球篮球、骑骑自行车什么的。可在詹森家住的这个中产阶级住宅区，公园里根本见不着几个小孩。是这个街区孩子少吗？绝对不是。这条街的住户，大多是些三四十来岁的年轻人士，孩子多得是。可他们不是去商场血拼，就是关起门来在家里大玩游戏机；再不然，就是看卡通频道的动画片。打游戏，还是看电视？对詹森来说，这是一个绝对难以取舍的问题。最后，他只好这么干：游戏玩腻了，就看电视。



当然，詹森只是本书虚构的角色。但他在购物中心的经历，却可谓极为典型。根据美国零售业基金会（National Retail Foundation）1999 年的统计，美国人在假日礼物上花的钱将近2 000亿美元，人均则超过 850 美元。在感恩节和圣诞节期间的超级销售旺季，可实现全年 25% 的零售利润。

70% 的美国人在民意测验中表示，自己不想太关注节假日消费和赠送礼品。有 1/3 的人甚至记不得前一年送了什么礼物给自己的爱人；还有很多人要到次年夏天才能还完圣诞节欠下的债。然而在渴望卖弄炫耀的刺激下，购物狂潮继续汹涌澎湃。美国人大概是得了一种意志力免疫缺乏综合症，心里想着要拒绝，行动上却恰好相反，购物狂潮的大浪打来，就统统拜倒在它脚下。

购物中心热

第二次世界大战以来，美国人进入了一个空前的消费时代，而过去几年高速发展的经济又为消费提供了动力。近年来美国国民经济总产值接近110 000亿美元，但其中 2/3 都花在了生活消费品上。例如，用来买鞋子、珠宝和手表的钱（1 000亿美元），比用来接受高等教育的钱更高（990 亿美元）。在汽车维护上花的钱，和花在宗教和公益事业上的钱相当。有 30% 左右的美国人会为自己的宠物购买圣诞礼物，而只有 11% 的人会为邻居购买圣诞礼物。

在 1986 年，美国的高中数量还比购物中心多，但在不到二十年的时间里，购物中心的数量（46 438）已猛增到高中的两倍多（22 180）。在一个购物狂热的时代里，购物中心已经成为一种文化价值的象征。实际上，70% 的人每周都要逛购物中心。

在中世纪，世人的精神支柱，是高耸入云的哥特式大教堂。而在当今的文化里，惟一能和哥特式大教堂比肩的，便是超级购物中心。它们不断排挤、吞并规模还不够大的购物中心，并散发出更强烈的购物荷尔蒙，向那些住得更远的消费者大抛媚眼。它们霸占了一片又一片物产富饶的肥沃良田，造成一场又一场的交通堵塞。实际上，在美国，每个小时都会有55公顷的肥沃土地，被“发展”打得丢盔卸甲，溃不成军，最后烟消云散，变成了购物中心。

“购物中心这种东西，大同小异。如果你见过一个购物中心，你就算见过了所有的购物中心。”像雅各布森这样的批评家对此是不屑一顾，可“忠诚的购物者们”却绝不会同意这一看法。为了体验新鲜的购物经历，哪怕要搭飞机横跨整个美国，他们也分外乐意。这种顾客的人数相当之多，一些航空公司现在甚至会专门为他们增开到购物圣地的航班。波托马可购物中心（Potomac Mills）是一个划分成若干片区（由于它实在太大了，人们委婉地将每个片区称为“街区”）的超大型折扣商场。它把自己宣传为“维吉尼亚州最吸引游客的旅游胜地”，每年到访此地的游客，比全美吸引游客人数最多的雪兰多国家公园（Shenandoah National Park）还多。

“流行病”节目的主持人斯科特·西蒙（Scott Simon），在录制电视节目的过程中访问了波托马可购物中心。购物者们十分乐意回答他诸如“你们是从哪里来的”、“在这里买了些什么”等等问题。每个接受西蒙访问的人，虽说并没有汗流浃背，但看起来都像是在发购物高烧。通常这是感染物欲症的第一个症状。

两位从得克萨斯州达拉斯来的妇女说，因为丈夫们在附近打高尔夫，她们在购物中心已经呆了整整三天了。“我们总是在搜罗便宜货。你一定得听听我们买的品牌和我们的经历，能有机会说出来，我

们实在太自豪了。"她们如此宣称。"我并不是需要什么，只是有什么东西我想买，我就会买。"一位男士推着装得满满的手推车说。"我比计划里买的东西多得多，"另一位妇女承认，"我看得眼花缭乱了。"

不错，确实如此。而这，就是关键：这就是为什么大型购物中心每平方英尺卖出的东西比一般的折扣店多得多。看得眼花缭乱就会产生购物冲动，这是大型购物中心盈利的关键所在。只有 1/4 的购物者在到购物中心之前，确实想好了有什么东西需要买。剩下的人只管买。"那又怎么样呢?"一位从达拉斯来的女士半开玩笑半认真地问。

"我来这儿的目的只有一个，那就是花钱。"一位少女得意洋洋地说。为了这次狂欢，她母亲给了她好几百美元，而她一口气把钱全花光了。"我喜欢购物。"她解释道。像她这种情况并不罕见。民意调查显示，美国 93% 的少女认为购物是她们最喜欢的活动。

一对年纪较大的夫妇推着一辆装得满满的购物车走了过来。"这里只是我们买的一半东西。"丈夫高高兴兴地说。"我们带了一张好长的购物单来，"妻子补充说，"可后来我们又买了好多没在清单里的东西。"这实在是一种购物本能。他们翻阅着发给游客的波托马可购物中心折页地图，说："没这玩意儿，我们简直会迷路。"

但和明尼苏达州布鲁明顿的"美国购物中心"相比，波托马可就只算是一个迷你商场了。美国购物中心是全美最大的商场，购物空间多达 40 万平方米，相当于 7 座扬基体育场那么大，而且常年开着空调，四季如春。它雇佣了10 000名员工，每年慕名而来的游客多达 4 200万人次。把"美国购物中心"比喻成大教堂还不足以形容它的魅力，为了它，好些人干脆嫁到了此地。这里同样是一个世界著名的

消费狂热病高发地带。

在一个消费狂热的时代，挥霍无度就意味着成功。“好的购物中心一般是回报率最高的房地产，”洛杉矶的一位房地产顾问说，“好的购物中心就是印钞机。”他更指出，所谓“好”，就是更大。正是由于这个原因，一座座城市争先恐后地邀约超级购物中心在本地兴建，并且提出各种优惠条件，希望购物中心很快能为自己带来巨额的税收收入。为了拿下这些交易，购物中心的开发商们又会争夺利润最丰厚的店铺。根据《萨克拉门托蜜蜂报》（*The Sacramento Bee*）的报道，为了让西雅图的诺德斯特龙公司（Nordstrom，美国著名百货公司）在加利福尼亚州的盖乐锐购物中心（Galleria Mall）开分店，它们获得了3 000万美金的直接补助和津贴。为什么呢？“因为在零售行业，诺德斯特龙公司每平方英尺的销售额最高。”购物中心开发商还说，大多数人只愿意开半个小时的车去逛购物中心，“但要是有了诺德斯特龙，他们就愿意开更长时间的车。”

在家购物

尽管现在大多数人还是开车、乘飞机前往购物中心，可实际上，你用不着这么做也能购物。虽说像沃尔玛和好市多（costco）这种大型购物中心和超级折扣店，仍然为不断增长的销售额感到自豪（并仍在排挤小型的、地方所有的百货商店），但现在美国人民已经学会了躺在沙发上购买大量物品。去年有接近180亿份邮购商品目录涌进我们的家庭，人均70多份。它们销售产品的范围无所不有，从肥皂到坚果到冰箱到内衣。“先买后付款！”它们大声地宣传。虽然有些人讨厌收到这些信，但大多数人热切地期盼着它们的到来，并且乐此

不疲地订货。有时我们甚至还会自掏腰包购买产品目录（西尔斯超市就是这样），好在收到目录后再掏钱购买其中的产品。2005 年，邮购目录式销售总额预计将达到1 430亿美元。

除了邮购目录，还有家庭购物频道。批评家们嘲笑购物频道专门卖各种女人玩意儿，可对相当多的美国人来说，看电视就是为了看购物频道。别小瞧了它，它的利润十分丰厚。你能相信吗——居然有人把电视叫做“无垠的废墟”。我敢打赌，这绝对是购物频道出现之前的事。

邮购目录和购物频道为你带来的可不止是产品。它们还携带着最擅长传染物欲症的病菌。下一次收到目录的时候，记得用高功率显微镜先检查看看。

网络购物

在过去的几年里，网络上出现了一种新的病菌携带体。即便是把大型购物中心、邮购目录和购物频道加起来，感染力都没它大。只有加利福尼亚和阿拉斯加的淘金浪潮，或是得克萨斯州的石油风潮，才比得上这股把互联网当做购物中心的狂热劲头。目前 20% 的美国人每周至少花 5 个小时上网，其中大部分时间都在购物——大多数网站现在都会卖点什么。

2003 年的购物高峰期，消费者在网上花了 170 亿美元，差不多是 1999 年的两倍。而现在它还在继续增长！单是 2004 年感恩节这一个周末，消费者的在线消费额比 2003 年增长了整整 1/3！该年度在线销售额一举冲上了 500 亿美元。虽然在零售总额中（340 000亿美元），它所占的比例还很小，但互联网购物很快就会超过邮购目录的

销售额。你能想像到的一切东西（甚至包括你想像不到的一些东西）都能在网上买到。

大多数东西都能在 eBay 网站上买到。它是在线购物比赛中最大的赢家。该公司来到世上还不到 8 个寒暑，但 2003 年的业务量已达 230 亿美元。它提供的东西千奇百怪，什么袋鼠的阴囊（售价 10 美元）啦，什么从旧避孕套里找出的保罗·麦卡特尼（著名的甲克虫乐队的主唱）的精子啦。每 1 秒钟，就有价值 729 美元的东西从 eBay 上卖出。

第2章　浮肿前兆

贪婪已经感染了我们的社会。这是最糟糕的感染。

——帕彻·亚当斯医生(Dr.Patch Adams)

没有便携传真机令我感到很沮丧，幸好我发现还有个人居然没有手机。

——《纽约客》(*New Yorker*)所绘漫画

自由主义经济学家认为，1973 年以来，美国中产阶级的实际收入并没有提高太多，对不少人来说，甚至还下降了。年轻的夫妇甚至无法负担父母一代所拥有的东西。与此针锋相对的是，保守派经济学家认为，政府夸大了通货膨胀率，因此，实际工资有了相当程度的提高。但有一件事是毋庸置疑的：我们比上几代人所拥有的东西更多，对物质的期待也更高。

庞然大屋

以住房为例。现在新房子的平均面积是 20 世纪 50 年代的两倍多，而家庭规模却比那时要小。拥有西雅图“现实梦幻屋”公司（Dream House Realty）的拉妮塔·瓦科尔（LaNita Wacker），在房地产这一行已经干了 1/4 个世纪了。她开车载着我们在办公室附近的街区兜了一圈，向我们解释历年来发生的情况。

她向我们介绍了自从第二次世界大战以来每十年里兴建的房屋，并描述它们是如何越变越大的。瓦科尔说，以长岛利维镇为例，二战刚结束时，新房子的兴建标准是 70 平方米左右。“到 20 世纪 50 年代，增加了 18.6 平方米，也就是说标准提高到了 88 平方米。到 60 年代，100 平方米的房子就很典型了；70 年代的标准是 125 平方米，而现在是 214 平方米。”随着 2000 年发生的经济衰退，新住房的平均面积稳定在了 215 平方米。但我们可以想见，等下一轮经济繁荣期到来，新住房的标准面积肯定还会提高。

瓦科尔 1972 年开始做房屋买卖，“刚好是从一家一套卫生间过度到一家两套卫生间的那个年代。”可以停放两辆车的车库也出现了。到 20 世纪 80 年代末，很多新修建的房屋有了可以停放 3 辆车的车

库。光是车库就从56平方米扩大到了84平方米，“和50年代初人们的整套房子差不多大。”瓦科尔说。“它能装下整整一家人。但我们需要收拣的东西实在太多了。”

瓦科尔带我们参观的房子相当之大，车库能停4辆车。房子外停高级车，甚至还有一条船。屋主走出门，好奇她为什么对自己的地方这么感兴趣。“我是‘现实梦幻屋’的老板，”瓦科尔说，“而您恰好拥有一座‘梦幻屋’。”“它是我漂亮老婆指定修建的。”屋主笑着说。“那么，为什么车库修得这么大，能停4辆车呢?”瓦科尔问道。“可能是为了方便贮藏东西吧。”男人回答，他说车库里装满了零七八碎的东西。“东西太多，老也没地方放，所以车库就老嫌不够大。”他快活地又加了一句。瓦科尔问他有没有孩子。“他们都长大啦，搬出去啦，”屋主回答，“现在就剩我跟妻子。”

毫无疑问，能停4辆车的大车库并不常见。但如今每个人都希望房子能再大点。“20世纪50年代的主卧室大概在12平方米左右，”瓦科尔解释说，“现在，即便是最普通的房子，主卧室至少也有28平方米。”

和以往相比，住宅愈发成为一种炫耀性消费的象征。20世纪90年代股市繁荣造就的暴发户开始在许多社区购买房地产，动辄上万平方英尺甚至更大的超级大厦，正在加速取代现有功能完备的住宅。一些人把这种超大住宅叫做“庞然大屋”，另一些人则干脆称之为怪物。

大厦……复式大厦……豪华复式大厦……超豪华复式大厦……超级车库大宅……这些在房地产混战中一夜之间冒出来的“新鲜蘑菇”，一个比一个大，一个比一个耀眼。而在西部景色壮观的山区城镇里，好多超级大厦实际上只是新富一代们用于度假的第二处住宅。

连挡泥板也比过去的靓

汽车行业也发生了类似的故事。1957 年福特汽车公司冒出“难卖牌”汽车这个“好”点子时①，普通的家用轿车体积庞大，而且还镀着亮闪闪的铬。但跟我们现在驾驶的成熟交通工具比起来，它们的性能实在令人不敢恭维。1960 年福特播出了一条广告：一群人仿佛是被小仙女施了魔法，围在新款的菲尔兰（Fairlane）、雷鸟（Thunderbird）和猎鹰（Falcon）牌汽车前高声赞叹。广告说，“这就是福特的美妙新世纪”。但在当年的这个“美妙新世纪”里，许多现在人们司空见惯的标配功能，在豪华车型上也尚未普及。

比如，1960 年只有不到 5% 的新车装有空调。而现在 90% 的新车都配备了这一装置。西雅图一位经验丰富的丰田汽车推销员迈克·苏利文（Mike Sillivan）说，“现在，人们的期望比以前高得多。他们想要获得一切便利——标准款车型应当配有助力方向盘和动力刹车装置，额外的音响系统也少不了。”和一个世纪前相比，现在的汽车是一种完全不同的生物。它充斥着各种电脑技术。虽说 20 世纪 70 年代中期爆发的“能源危机”让“庞大”潮流稍稍中断了一小会儿，但现在它又再度闪亮登场了。

---

① 原文是“Edsel”，这是世界营销史上最大的单项产品失败案。当时福特公司决定制造一种中档轿车，并选用了“Edsel”这个名字，因为 Edsel 是福特二世的名字。福特公司在“Edsel”牌汽车上耗费了大量心血，它的功率超群；操作轻捷简便，甚至可以用牙签来启动变速器按钮。但因为“Edsel”和“Hard Sell”（英文里“难卖”的意思）发音类似，消费者完全不能接受它。这个项目遭到了彻底的失败，使福特公司蒙受了高达 5 亿美元的损失。——译者注



……它们越变越大，越变越大……

汽车大战

截至 2000 年，通用公司车身长达 18 英尺（约合 5.5 米）的 Chevy Suburban，是巨人车的标准象征。为了避免在竞争中出局，福特马上推出了 Excursion——一台重达7 000磅（约合3 175千克）、比 Suburban 足足长了一英尺的巨人车型。由于制造了太多 SUV，而且 Excursion 又是首当其冲的“耗油王”，福特汽车的董事长威廉·福特（William Ford）甚至被迫向公众表示歉意。他承认 SUV 浪费汽油、污染环境，但他又说，无论如何，福特都会继续制造这种车型，因为它们的利润极为丰厚。

“对于很多人来说，SUV 是一种社会地位的象征，”汽车推销员苏利文说，“因此他们宁愿多付三四万块钱也要开 SUV。”

不打一场硬仗就想让老对头死心——这是不可能的。通用汽车拿

出了更为豪华的悍马 SUV，重新向福特发起挑战。这款车的原型是美军在海湾战争中使用的军事交通工具。按照《纽约时报》（*New York Times*）的说法，通用“下了一笔巨注，它认为：在过去十多年里，运动型多功能休闲车一直朝着更大、更惹眼的方向发展。而这股趋势还将持续下去。”“它就像是一辆时尚坦克。”《纽约时报》引用了一个青少年的话。该少年还说，他喜欢悍马，因为“我喜欢从上往下俯视其他汽车的感觉，我还能朝着对方来个心照不宣的微笑，‘我比你个儿大’。这让我感觉很爽。”

悍马比 Excursion 宽了足足一英尺，零售价超过 10 万美元。通用预计这些庞然大物在曼哈顿地区将大受欢迎（我们可不是开玩笑），这或许会是件好事，因为你必须站在帝国大厦顶上才能欣赏到它们的全貌。

某悍马经销商网站（www. lynchhummer. com）上列出了一个名为“笨马趣事”的链接。链接里有大量照片。一辆悍马跟一头水牛顶牛；另一辆悍马在森林里艰难地穿行，骄傲地掀翻了一棵又一棵参天大树；还有第三辆，它冲进了山里的一条小溪，差不多要被溪水淹没了。现在，福特该拿什么来应战呢，一辆更大的 SUV——“毁灭号”[1]？

让我们来做午餐

我们谈过了房子和车子。现在让我们来想想吃的。20 世纪 50 年代确实为我们带来了速冻快餐。给我来一份装在一次性纸盘子上的 69 美分火鸡、豌豆和马铃薯泥。那时候还是小孩的我们，觉得这些

---

① “毁灭号”的原文是“Extinction”，它和前文的“Excursion”字形相近，作者意在讽刺福特和通用之间的恶性竞争。——译者注

东西好吃极了。我们的日常菜品相当乏味。“异国风味”指的就是卤鸡蛋、炒面和烩面。“墨西哥菜”就是玉米面豆卷和蒸煮包馅玉米团子。要是没有炸春卷和奶酪辣椒玉米饼我们可怎么过啊？至于泰国菜，我们听都没有听说过。可现在，城市的大街小巷甚至郊区的购物中心里都开着各国餐馆，简直成了食品联合国。我们还记得小时候要等到特定季节才能吃到某种水果和蔬菜。现在呢，再也没有了季节，每样东西都是随传随到。要是你随时都能吃到草莓，它就再也不好吃了。可供选择的食物更多了，当然不是什么坏事，可它们是钱换回来的。“异国风味”很快就会变得平常而乏味，于是人们又会要求更新、更昂贵的菜品。

就说咖啡吧。就在前不久，我们还认为咖啡就是加了糖的褐色液体，能喝下口就成。现在，专业咖啡店到处都是。几年前，美国公共广播电台的主持人斯科特·西蒙路过华盛顿州乡下的一个加油站。让他大为吃惊的是，在加油站的迷你商店里竟然设有一家特纯咖啡摊，里面什么样的咖啡都有，西蒙简直要查意大利字典才能把它们分得清。但没这个必要。柜台后面反戴棒球帽的小伙子啥都清楚。

过去到餐厅吃饭是件挺隆重的事。现在我们却花更多钱在外头吃饭，而不是自己做饭。我们的期待像洪水一般飞涨，我们的胃也一样——这正是物欲症的另一症状。

需要是发明之母

再想想看，像洗碗机、干衣机、中央供暖系统、空调、彩色电视、有线电视这类东西，直到 1970 年我们还觉得是奢侈品，可现在在半数美国家庭里都能找到，并且被绝大多数人视为必需品。在

1970年，世界上没有什么微波炉、录像机、CD机、手机、传真机、光盘、落叶吹扫机、Xbox游戏或是个人电脑。过去10年，手机让美国人花在电话服务上的钱翻了两番。现在，一半以上的人认为拥有这些东西理所当然，必不可少。与此同时，全美用电量提高了50%——要让所有这些家伙们动弹起来，得耗费许多能量。

新东西一拿到手，我们就盼着出现“更好”的升级版。2000年，《西雅图时报》（*Seattle Times*）上刊登了一篇介绍康柏当时新推出的Pocket PC iPaq3600的文章。技术版记者保罗·安德鲁斯（Paul Andrews）写道，iPaq“有着保时捷跑车一般圆润的外观，彩色显示屏效果好得惊人”，但它的价格比普通掌上电脑贵500美元。“要是没有iPaq的彩色显示屏、音乐和照片，生活会显得多么无聊。”他颇为遗憾地说。

再说旅行吧。我们现在每人开车的距离比半个世纪前翻了两倍，飞行公里数则高了整整25倍。20世纪50年代中等收入的美国人很少到过离家几百公里以外的地方，即便是在为期两周的暑假里也不这么干。而现在，我们很多人（不仅仅是富人）都希望偶尔到墨西哥或者巴黎（比如纽约客们）去过个大周末。各地的廉价汽车旅馆都变成了格调高雅的“客栈”，遍布全球的连锁度假村“地中海社”（Club Med）成了便宜旅游的代名词。如今，“我要去度假”的意思是，我需要在几天时间里换块大陆——从北美洲飞到欧洲、亚洲、非洲，等等。

大家都在变，我怎能落下

“贪婪已经感染了我们的社会。这是最糟糕的感染。”驱使我们

欲望高涨的，或许不仅仅是贪婪，而是害怕。害怕在别人眼里显得不够成功。在20世纪50年代一本杂志上，广告鼓励读者们开一辆雪佛兰去“追上邻居们”。请注意，仅仅是一辆普通款的雪佛兰轿车，而不是高档的雪佛兰科尔维特（Corvette）。要知道，就算在当时，雪佛兰也只不过是辆最便宜的车。

但虚构的“邻居们”再也不开雪佛兰了。他们也不再是跟你境况差不太多的隔壁邻居了。社会学家朱丽叶·斯瑟对人们的消费态度进行了大范围研究，她发现大多数美国人觉得自己“该要”什么东西时，会以同事或电视人物作为参照物。但是公司同事之间的收入差距日益拉大。人们经常要跟收入比自己高得多的同事接触。他们开的车、穿的衣服和未来的旅行计划都反映出其收入较高的事实，因此潜移默化地为该公司的所有人设立了生活标准。

斯瑟又说，“和美国公众的真实生活水平相比，电视表现得过分夸张。电视上的人一般都是中产阶级，甚至更富有，因此经常看电视的人会过高估计美国人的平均生活水平。比如说，长时间看电视的观众会以为拥有游泳池、网球场、女佣、私人飞机的美国人数量庞大，因此他们对自己应该拥有些什么的心理期待也随之膨胀，所以花钱更多，存钱更少。”

斯瑟说，自20世纪80年代以来，富人和穷人之间的差距拉大了。跟一夜暴富的人比起来，收入相对较高的人开始觉得自己挣得太少。“他们感觉‘年收入10万’是个微不足道的数字，因为他们比较的对象是唐纳·川普（Donald Trumps）① 和其他新富一族。”这一现象蔓延到各个收入阶层，斯瑟说，“跟社会顶端的榜样比起来，每

① 美国著名房地产大亨。——译者注

个人的感觉都变得更糟糕了。”到20世纪90年代末，民意调查显示，美国人认为要维持“最低限度”的中产阶级生活水平，年收入需达到75 000美元（以一个4口之家计算）。

经济学家罗伯特·弗兰克（Robert Frank）指出，美国的奢侈品消费陡然增多，别说是15 000美元的钱包、10 000美元的表，甚至6 500万美元的私人喷气式飞机也不愁没销路。现在，有2 000万美国人拥有价值在2 000美元以上的大屏幕电视机。一些人为自己的孩子购买5 000美元的合金黑武士[①]复制品、18 000美元的仿路虎“揽胜”（Range Rover）玩具越野车，开25 000美元一次的生日舞会，甚至还有人破费上百万美元，庆祝孩子迈入成人行列。许多码头都停泊着公寓大小的游艇。

因此从流行文化和等级森严的工作场合等传染病高发地带，我们的新“邻居”——有意或无意地——传播着物欲症病菌，把我们的期待值带入一个前所未有的高度。然后——用物质把我们塞得满满的。

① 电影《星球大战》里的角色。——译者注

第3章 慢性堵塞

房子就是往一堆东西上加个盖子。

——乔治·卡林(George Carlin)，美国喜剧演员

晚上9点，凯伦·琼斯和泰德·琼斯，一对四十来岁、双方都有收入的夫妇，结伴来到离家不远的“帮你存”（U-Stuff-It）① 自助存放地点，就着手电微弱的光线，翻检几个月前他们存在这里的东西。泰德是要找一份第二天老板要用的报告，凯伦则是在找朋友送给她的一幅画——这位朋友很快要来拜访她。

“我觉得自己像是个贼。”凯伦一边低声说，一边在一个装着圣诞节装饰品和常见小东西的箱子里扒拉着。“为什么？”泰德问。“这是我们的东西。我们真是幸运，有能力供得起这个地方，对不对?”她的口气并不太自信。东西太多，车库和铝皮箱子都快被塞散架了，有地方能够转移一下，这倒算是幸运。但每个月付65美元租一块9平方米大小的地方存放东西，算得上是幸运吗？拥有这么多东西，算得上是幸运吗？她实在不敢肯定。

全都塞满了

凯伦和泰德这样的人绝非少数。现在全国有3万处自助存放点，提供约1.2亿平方米的面积，为开办家庭作坊、全家合住、搬家后需整理或无法停止购物的客户减轻储物压力。整个产业自1960年爆炸般扩大了40倍，从最开始的一无所有发展到每年120亿交易额，成了一块比美国音乐产业还庞大的蛋糕。

我们都被塞满了，真的！我们的家、工作场合和大街，全都满了！慢性充血症已经在我们的日常生活里安营扎寨——无序的混乱，

① 美国的一种自助服务，如果家里的东西太多放不下，可以在这里租用一定的空间存放。——译者注

需要经常性的养护、整理、陈列和更新。

当房子变成垃圾场

获得东西已经不仅仅是一个“无聊”的问题。和其他两百多万（至少是这个数）热衷于收拣每件东西的美国人一样，屋子里堆得满满当当的多余东西——书、衣服、旧地图、成摞成摞的唱片，简直让人不堪重负。“强制性收拣癖患者通常会由于东西过多而产生人际关系障碍，尽管从表面上来看，大多数爱收拾的人都是创造力强的成功者。”贝丝说，“因为无法对‘物质占有’释怀，他们深感羞耻。”在康复的过程中，她开办了一家“乱糟糟工作组”。

她参观了不少像仓库一样拥挤不堪的家庭，每间房屋只剩下一条狭窄的通道以供进出。为了战胜这种“占有欲”，她通过组织车库拍卖会等活动帮助人们修正自己的行为——只准卖，不准买！这样一来，工作组的成员们终于能够在家里腾出地方，邀请同事们来玩，有不少人很多年都不敢这么做了。

是我们占有东西，还是东西占有了我们？在一个到处乱糟糟的世界里，我们实在是太容易不堪重负，太容易迷失方向，太容易在旁人的怂恿下冲进购物中心买更多东西，太容易被汽车推销员打动买下一辆新车了——我们停不下来。

汽车之乱

和很多美国人一样，丹佛居民丹·伯曼（Dan Berman）可以开着他的两辆中型 SUV 冲上崎岖不平的山顶——就像广告里说的那

样——但却没法把车停进自家的车库。两辆车都没法开进 50 岁高龄的砖石结构车库，所以丹把它拆了，重新修了一间合适的新车库，迎接新千年的到来。其他住在华盛顿公园街区的丹佛居民暂时还没抽出时间做这件事。只要在老街区逛逛看，你会看到不少价值 4 万美元的福特 Excursions 和林肯导航员在人行道旁挤做一团，拼命想挤进一个狭小的车位。可在丹佛这种人多车多的大都市，把车顺顺当当停好可不是件容易事。



美国人已经迈入了一个新的转折阶段。全美拥有的汽车数量（2.04 亿辆），比登记在册的驾驶员人数还多。但在交通高峰期，高速公路上的汽车时速还不到 32 公里——每年因为堵车所耽搁的时间、造成的能源浪费价值 600 亿美元。

到底发生了些什么？从前在美国，送比萨的外卖店员和救护车司机总能及时赶到现场。可在我们全新的混乱世界里，他们都被堵在了

车流中。一篇南美短篇小说写道，堵车令交通陷入瘫痪，短期内毫无疏通的迹象，司机们放弃了汽车，徒步去邻近的村庄寻找食物。结果，他们不得已在道路两旁种起了庄稼。在车龙动弹之前，有人怀上了孩子，接着孩子哇哇落地。

大都市讽刺剧

洛杉矶居民平均每年有82个小时都在堵车中度过，而全国城市驾驶员每年堵车的平均时间是34小时。由于交通堵塞，洛杉矶驾驶员平均每人每年浪费120加仑①汽油，同时被迫呼吸着污浊的空气，倾听花言巧语的交通报道。波士顿的“大开挖”工程（Big Dig）②原本希望能变成汽车专用的地道系统，把城市中心的交通要道埋到地下去。它总共耗费180亿美元，纳税人还得为它再纳税整整50年——这个价格比1975年的预算翻了25倍还要多。而现在，它花的工夫算是白费了。

一旦发生交通堵塞，我们就全都堵在了里面，但一些交通工程师却认为，只有他们才掌握着解救我们的关键。他们并不重视改造社会结构，减少必要的交通量，而是年复一年地疯狂修路。在重修了2/3的洛杉矶之后，他们把视线转移到了圣路易斯、图森和科罗拉多泉这类中小型城市。然而，根据得克萨斯州运输学会（Texas Transportation Institute）及其他一些研究者最近进行的调查证明，造成交通堵塞的主要原因并不是道路短缺，也不是人口增长，而是由于无规划发

---

① 1加仑=3.78升——译者注

② 波士顿大隧道工程是将波士顿的整个高架交通系统全部改为地下高速公路，是美国迄今为止耗资最多也是最复杂的高速公路修建项目。——译者注

展导致全美驾驶总里程数增加了65%。运输学会的研究员们断定，高速公路网每增加10%，就会导致堵塞量增加5.3%。和药物治疗产生的严重副作用一样，修筑新公路只会让事情变得更糟糕。

既然高速公路越来越堵，驾驶员们自然只有穿街区、越小巷、跨空地。然而，机械工程师们认为自己另有科技含量更高的实际解决之道："智能汽车"和"智能高速公路"。一名工程师建议，交通工具全都加装特殊的传感器和无线沟通系统，而自动化的高速公路则可以在电脑控制下，按有规律的时间间隔移动。"进入自动移动模式后，驾驶员就可以松一口气，直到出现岔路口。这时，系统会判断驾驶员是否重新控制好了汽车，要是驾驶员睡着了、生病了，甚至死亡了，它还可以采取恰当的行动。"

哪怕我们在半路上归了西都能到达目的地，这个消息可真让人欣慰。但这是不是有点像漫画呢？说到底，它也算是公共交通系统的一种形式，虽然"智能高速公路"是纯美国风格的"个性化"公交系统：不仅个人要用掉大把金钱，公路建设和维护费用也会是个天文数字。

机场的行李大战

如果说美国人家里装满了东西，可以比喻成胃充血；高速公路上的拥堵，则相当于动脉堵塞；那么空中旅行的混乱，就等于是一个巨大的喷嚏，把物欲症的病菌携带者抛进高空。

1988—1998年，全美的空中旅行量增加了35%，人均客运旅程数达到2 758公里，是1950年的4倍多。在机场，每当延误的飞机终于要起飞的时候，我们就会向乘务员请求再多带几个包上飞机。但

乘务员总会严厉地提醒我们，航班制定的政策是为了保护乘客生命安全。行李大战全面爆发。航空公司早就下定决心，不管飞机装下了多少人，也不管乘客们的行李包打得有多么结实小巧，我们都一定会飞上天。他们的策略是，“人越多越好，行李越少越好”——飞机里要尽量多装人，少装随身行李。但航空公司漏算了这个因素：根据美国疾病防控中心的统计，美国人的平均体重在 20 世纪 90 年代里增加了 4.5 公斤，因此每年要为此多支出 2.75 亿美元的燃料费。与此同时，乘客们却另有打算——尽量把行李随身带到飞机上，免得在领取行李的时候等太长时间，也方便他们在飞机上取用笔记本电脑、拿化妆品和紧急药物。

“请勿离开您的行李……”在排队过安检的时候，这个声音反复回荡在你耳边。这到底是怎么回事？每个人都为东西着了迷！你的随身行李仅限于 20 × 40 英寸（50.8 × 101.6cm）大小，安检人员不厌其烦地给它们照 X 光、贴上标签、仔细检查，末了还要没收你的指甲刀，甚至反复盘问你带它有什么动机。他们怎么就不能多点体谅呢？那是你的东西，象征着你是谁。难道他们不在乎你是谁吗？是的，他们并不太在乎。记住，你是一名乘客，而不是一个人。

等飞机着陆，机长打开信号铃，示意你们可以解开安全带、跳出座位、奔向行李之后，疯狂的行李大战还会再演练一回！

从天而降

在电影《上帝也疯狂》（*The Gods Must Be Crazy*）里，一个可乐瓶从天而降，掉在非洲喀拉哈里沙漠一个爱好和平的原始部落里。因为对这种西方文化的产物摸不着头脑，这个部落的社会结构陷入了混

乱。最近，在加利福尼亚南盖特市（Southgate），一架飞机的前轮从天上掉了下来，落在一处集市前面，差点砸在一位赶着去教堂的妇女头上。

连太空里也塞满了东西。三百多万公斤的太空船碎片以每小时22 000英里的速度围着地球转。在这个速度下，一块玻璃球大小的太空船碎片所拥有的动能，足足相当于一块200公斤的巨石从30米的高处落下所产生的能量。为了冒险冲出地球外太空，未来的太空人们可能要花大量时间闪躲宇宙垃圾的枪林弹雨。

与此同时，在地球上，像吉姆·伯纳瑟（Jim Bernath）这类太空垃圾收藏者，却焦急地等待天上落下更多碎片，好增加自己的藏品。伯纳瑟已经拥有许多彗星残骸，还有一部分 Canadarm 的残片——这是一种用于回收卫星的设备。他尤为希望报废的米尔空间站（MIR space station）能落下一星半点来，最好落在加拿大的什么地方——当然，如果能落在他家后院更是再好不过。

混乱是打哪儿来的

全美1.11亿户家庭持有并消费的东西，比整个人类历史上的其他家庭加起来持有并消费的东西还要多。我们关起门来，偷偷制造了大量消费品和娱乐项目，仿佛是把生活当成了一场吃东西的竞赛。虽然消化不良的迹象早就比比皆是，可我们还是一个劲地继续消费。部分原因在于，我们坚信消费乃是常态。专栏作家艾伦·古德曼（Ellen Goodman）写道，“穿上为工作买的正装，开上一辆仍在还款中的汽车，以便得到一份工作，好供得起衣服、车子和房子。至于你的房子，也成天空着，因为你为了住得起它，必须在外头奔波劳累——这

就是我们的常态。”

心理学家埃里希·弗罗姆（Erich Fromm）提醒我们这种“常态”生活的风险：“即便有几百万人得了同一种精神病，也并不能说明这些人就是健全的。”

和一个健全的社会相比——符合自然规律，具有社会合作精神，人与人之间彼此信任——我们所追求的美国梦是不正常的。这使得行为人类学家们加班加点地工作，试图弄清楚我们的所作所为所想。最近，斯隆基金会（Alfred P. Sloan Foundation）拨出2 000万美元，试图对“现代美国人种”（Homo sapiens americanus）的日常行为进行仔细观察，检验美国人的生活方式。

比如，人类学家简·英格力希－鲁克（Jan English-Leuck）试图解析儿童行为与生活方式的关系。“从表面上来看，一个3岁的孩子似乎跟我们的文化没什么联系，”她说，“但当这个3岁的孩子回过头对他的妹妹说，‘别烦我，忙着呢’，这就值得我们深思了。”难道说，连小孩子都已经意识到工作时间和家长们买来堆在家里的东西之间，存在什么联系吗？

在亚利桑那州立大学，另外一组人类学家从1973年开始研究美国的车库。他们像垃圾工一样在图森的垃圾掩埋场挖掘整理，把各种被抛弃的东西进行分类整理，试图理解我们日常生活里所需的各种人造制品。“我们可以把人们现在抛弃垃圾的模式，看做是一种有关消费量的切实数据。”该研究项目的创始人威廉·拉舍基（William Rathje）说，“将来的人会对我们生活中川流不息来来往往的东西感到惊异。几分钟就能做好速冻食品并把它们吃下肚，可装这些东西的容器却可以在世界上存在几百年。”

就像恐怖电影里演的那样，在我们幻想拥有完美的起居室、完美

的体形或者邻居家超迷人的割草机时，无数的东西被制造出来。所有类似这样的白日梦，都要求我们持续寻找并收集大量产品。下次度假的时候，我们或许会到科罗拉多滑雪，到意大利北部远足。可在此之前，我们必须对昂贵的滑雪设备做一份详细的清单。在《高科技高情感》（*High Tech High Touch*）一书中，作者约翰·奈思比（John Naisbitt）及合著者描述了“冒险旅行”必备的一些东西。“高科技设备能够在所有想像得到的旅途中满足一切想像得到的需求：最合脚的数码徒步鞋、有27眼气孔的头盔、水合作用包、便携式滤水器、带有后喷气式橡胶座椅的自行车短裤……”

第4章 压力过度

我们总能听到人们这样说：我没有个人生活。我早晨起来，照顾小的，看护老的，然后开上40分钟的车去上班。我必须加班到很晚，到了晚上才能回家，接着要去洗衣房、付账单、往微波炉里扔点东西。我筋疲力尽，只好去睡觉。第二天醒来，一切照旧，从头来过。这就是美国人的生活。

——流行趋势观察员杰拉尔德·塞伦特（Gerald Celente）

我们是一个会朝着微波炉大吼大叫，嫌它速度太慢的民族。

——琼·赖安(Joan Ryan)，

《旧金山纪事报》(*The San Francisco Chronicle*)

“毫无疑问，物欲症是一种相当普遍的疾病。”理查德·斯韦森（Richard Swenson）医生说。斯韦森个子很高，留着胡须，在他把工作重点转向写作和讲演之前，曾有过多年的医疗执业经验。他经过一段时间的研究得出结论，许多病人所感到的疼痛，源自心理而非生理。“四五年之后，‘空余理论’（margin）的整套想法浮出了水面。”他说。他发现很多病人为了生活，不得不付出超过自己能力范围的努力，完全没有多余的时间和空间可供休息、放松和反省。于是他们就会出现压力过度的症状。

“这些症状有可能是生理方面的，”斯韦森回忆说，“头痛、腰痛、胃酸过多、心悸病，还有各种无法解释的病痛。但也有可能是情感方面的问题，比如沮丧、焦虑、失眠、易怒、冲着老板同事孩子大吼大叫。还有各种行动上的症状，开车过速、喝酒太多、经常尖叫、动不动就吵架。我认为，他们在生活里没有空间，没有任何余地。对他们来说，负担和限度之间的空间消失了。我不可能用 X 光把这个问题找出来，可它确实存在。而且它是人们生活中病痛和官能障碍的一个主要来源。”

拥有过量症

斯韦森发现很多病人遭受着他现在称之为“拥有过量症”的折磨，也就是说，因为要处理的东西太多而导致的问题。“拥有过量指的是，你拥有的东西太多，结果你的生活全被维持和照顾东西所占据了，你根本没时间再照顾家人了。”斯韦森说，“我所拥有的每一件东西，同时也拥有了我。人们觉得难受，他们会怎么做呢？他们跑到商场购物，因为这能让他们感到好受些，但是，它的效果只能持续很

短的时间。这就是消费上瘾。可这实际上根本没用。人们拥有了东西，可那种空虚感、空洞感依然存在。他们所拥有的不过是压力、疲惫和灯尽油枯，人与物之间的关系蒸发了。各种有趣的玩具包围着他们，可意义却没有了。”

“悲剧就是，”斯韦森评论道，“无比渴望拥有某样东西，最后终于得到了它，随之感到无比空虚。我想，情况就是这样的。”

时间荒

过去20年里，美国人的问候语发生了一个难以察觉的微妙变化。还记得过去你在工作中或街上碰到朋友时是怎么说的吗？“最近过得怎么样?”他们会回答：“挺好的，你呢?”而现在当你这么问的时候，人们会说，“忙啊，你呢?”而我们则回答：“我也忙死了。”我们曾经有过“闻闻花香”的闲情逸致，可现在我们连闻咖啡香的时间都快没有了。“生活的步伐已经快得让每个人都喘不过气来了，”理查德·斯韦森说，“你可以看看，最发达的国家，也就是压力最大的国家。”

最近试过跟朋友相约吃顿晚餐吗？你可能得提前一个月安排时间。现在连小孩子都带着日程安排表。问问同事希望生活中再多来点什么，他们或许会说“时间”。“这是一个不分种族、阶级和性别的普遍问题，”非裔美籍小说家芭芭拉·内利（Barbara Neely）说，“没人拥有多余的时间。”我们都喜欢看迪士尼动画片《爱丽斯漫游奇境》，里面那只戴眼镜的小兔子总是看表，不停地嘀咕：“没时间说你好，没时间说再见，我来不及了！我来不及了！我来不及了!”

20世纪90年代初，流行趋势观察家们就警告美国正蔓延着一种



可怕的灾难：时间荒。连广告上都说，"时间将成为90年代的奢侈品。"移动电话服务商"美国西部"（US West）在电视台播出了一连串聪明的广告：时间紧迫的人们到一家"你的时间"银行或是廉价商店"购买时间"。一家商店为客户们提供"最划算的时间"。一位疲惫的妇女问该到哪里买"上等时间"。"现在你能购买时间，"广告说，"使用美国西部公司的移动电话服务，享受多余的工作时间。"

哇哦，多余的工作时间。唔……

我们曾经以为该反过来才对：科技、自动化、自动控制的发展，将带给我们更多的休闲时间，缩短工作时间。还记得那些未来学家们的预测吗：到20世纪末，我们的休闲时间将多得都不知道该怎么打发？1965年，在美国参议院的一个小组委员会上，有人宣称，2000年，美国人每个星期只需工作14～22个小时。

我们确实有了技术，可我们并没有获得时间。我们有了电脑、传

真机、手机、电子邮件、机器人、特快专递、高速公路、喷气客机、微波炉、快餐、一小时快照、数码相机、小馅饼、冷冻蛋奶饼干、速溶这个速溶那个。但我们拥有的自由时间却比 30 年前少了。就拿手机来说吧：它们确实为你在开车时提供了“额外的工作时间”，但却让你像个醉鬼一样容易出车祸。这叫进步吗？

耐心或许是我们匆匆忙忙生活的最大受害者。《耐心的终结》（*The End of Patience*）一书作者大卫·申克（David Schenk）说，类似电子邮件、在线购物等互联网技术，“把更多东西挤进了我们的生活，并让我们对过程丧失了耐性。我们拼命压缩时间，哪怕只等候一秒钟都让我们感到痛苦不堪。”现在一家大型连锁酒店的电梯上安装了互联网新闻监视器，很多健身中心则可以让你一边蹬脚踏车一边上网冲浪。加油站正考虑在油泵上安装电视机，好让你边加油边娱乐。

被蹂躏的有闲阶级

我们应当留心一下斯塔芬·林德（Staffan Linder）。1970 年，这位瑞典经济学家警告说，所有认为自由时间会更多的预测都是扯淡，我们很快就会成为急需时间的“被蹂躏的有闲阶级”。“经济增长，”林德写道，“加剧了时间匮乏的问题。”他接着说，“随着消费总量增加，照顾和维持这些物品的时间也会增加，我们需要清理的房屋更大了，我们还要洗车，要在冬天把船拖到岸上，要修理电视机，要在开支上做更多算计。”

同理可知：物欲症的传染性提高了，也就意味着因为时间压力而感到头痛的人更多了。

林德指出，购物本身“就是一种非常费时的活动。”确实，现在

美国人平均花在购物上的时间，足足比陪伴孩子玩的时间多7倍。甚至连我们著名的“选择的自由”，也造成了整个问题的进一步恶化。

A品牌还是B品牌

请设想一家普通的超级市场。现在，一家这样的超市大约摆放着3万件商品，是20年前的2.5倍。请想像自己要在一百多种谷类食品中做出选择。你可能会根据价格做出决定，挑选正在大减价的一种；也可能会根据味道，或是根据营养——但哪种营养最重要呢？蛋白质？胆固醇？卡路里？添加的维生素？脂肪？纤维素？还是屈服于孩子的撒娇，买了可可松饼？你可能会拿一瓶番茄汁，你觉得它维生素含量高，又防老，而且每瓶只含50卡路里的热量。但千万别看成分说明里“钠”含量那一栏——否则，你一定会因为自己吃了太多盐而愧疚一整天①。

心理学家巴里·施瓦兹（Barry Schwartz）在《选择的困境》（*The Paradox of Choice*）中告诫我们说，选择太多增加了我们的焦虑感，并会让我们变得更不快乐。他指出，很多人都会因为担心自己做了错误的选择——本来应该买一个更好的产品、拿到一个更低的价格等等——而感到心烦意乱。

选择太多，时间太少。林德预见到这样的情况必然会发生，他还警告说，如果选择多得让人眼花缭乱，“广告的重点就会建立在虚假信息上，”因为“（广告商）必须在完全无法根据客观事实采取行动

① 食盐的主要成分是钠。从营养学的观点来说，摄取太多食盐对健康、记忆力等都不好。——译者注

的人当中建立品牌忠诚度。”因此，如果你是生产商，你就会雇佣一堆心理学家，研究哪种盒子颜色最能让购物者联想到愉快的性生活……或是任何你心里想要的东西。

工作过度的美国人

林德认为，一旦超过某个极限，时间压力就会随着生产力的发展而提高。但他并不肯定工作时间会增加还是减少。

波士顿大学社会学家朱丽叶·斯瑟认为，根据美国劳工部的统计，现在美国全职员工每年平均比 1969 年要多辛苦工作 160 个小时——整整一个月的时间。“不仅仅是高收入阶层——顺便说一下，他们的工作时间增加得更多，”斯瑟说，“中产阶级、低收入阶层甚至穷人的工作时间也增加了。每个人的工作时间都更长了。”实际上，根据国际劳工组织的数据，到 1999 年 10 月，美国超过日本，成为发达工业国家中劳动时间最长的国家。42% 的美国员工说，在干完一天的工作之后，他们觉得“筋疲力尽”。69% 的人说他们想要放慢速度，过一种更放松的生活。

没有时间去在乎

此外，斯瑟还说，“工作的步伐有了显著提高。我们现在干活比过去快得多。这使我们越发觉得工作超负荷，越发觉得饱受工作蹂躏，越发觉得灯尽油枯。在传真间里，每个人都想着赶紧拿到昨天的报告。当我们习惯了一个到处都是电脑的新时代之后，我们的耐性迅速消失。”

几年前，“从9点到5点”牧师工会的前主席卡伦·努斯鲍姆（Karen Nussbaum）指出，“2 600万美国人处于机器的监控之下，而且这个数字还在不断增长。曾经有位妇女告诉我，她的电脑上会闪出一行字：你比隔壁的那个人干得慢！”光是想想都会叫你血压升高吧？

有时候工作强度简直达到了异常残忍的程度。2000年5月底，晚间新闻播出了从华盛顿瓦鲁拉（Wallula）艾奥瓦牛肉处理屠宰场拍摄的一段让人恶心的录像。在录像里，牛一边挣扎扑腾着，一边被猛地敲击头部，受到电击，抬到半空放上屠宰流水线。完全清醒的牛被活活剥皮，跺掉四肢。在一份签名作证的书面陈述上，某员工说，“流水线速度太快了，每个小时要过去三百多头牛。要是我不把这头牲口赶紧处理好，它就过去了。流水线不会停。牛倒挂着，有些是活的，有些死了。因为它们头朝下，所以我看得出有些牛还是活的……”录像确凿无疑地证明，在无止尽的欲望驱动下，美国生产的高速度，使我们根本没时间去在乎太多。

顾此失彼

与此同时，我们从繁忙工作中恢复的时间越来越少了。Expedia. com进行的调查发现，2003年美国人平均放弃了3天带薪度假时间，等于是送给公司一份价值200亿美元的大礼。当问及原因的时候，受访者们大多表示，他们不希望在下一轮裁员的时候被老板看成是懒鬼。还有一些人则回答，为了跟上工作进度，他们抽不出时间。

朱丽叶·斯瑟提醒我们，自从第二次世界大战之后，美国的生产力翻了两倍多。“所以问题是：我们怎么利用这个进步呢？我们可以

缩短工作时间。只需要不到原来一半的时间，我们就能生产出等量的产品。”斯瑟接着说，“可我们却把经济发展全都放在了生产更多东西上。我们的消费量翻了两倍，我们的工作时间丝毫也没有缩短。实际上，工作时间还增加了。”

欧洲人选择了一种不同的做法。1970年，在目前组成欧盟的多个国家中，每小时的生产力相当于美国的65%。因为他们当时的工作时间比美国长，其人均国内生产总值占美国的70%。到了现在，欧盟的生产力相当于美国的91%，还有几个欧盟成员国每小时的生产力比美国还要高。但在这些国家里，人均国内生产总值仍然只占美国的72%。他们做的东西比我们少得多。这是怎么一回事呢？很简单：欧洲人把生产力提高的很大一部分换成了时间，而不是钱。因此，他们现在每年的工作时间比我们短了将近9个星期。

这样一来，尽管他们每人花在医疗保健上的钱比我们少得多，但寿命却更长，身体也更健康。实际上，在所有发达工业国家中，美国人的健康状况排名最低，预计到2014年，美国国内生产总值的19%都将花在医疗保健上。你大概会忍不住说声“糟糕透顶”吧？

并不是每个人都同意斯瑟关于工作时间更长的看法。约翰·罗宾逊（John Robinson）在马里兰州立大学运作“美国人的时间使用”项目，他认为由员工们记录的“时间日志”（记录他们在每个工作日如何度过每一分钟）实际上显示出工作时间在减少。但罗宾逊也同意，大多数美国人“觉得”时间压力比从前大得多。他说，美国人增加的大部分娱乐时间都用在了看电视上——结果听进去了更多消费宣传。他也承认，欧洲人工作时间少得多，用在社交上的时间却多得多——而社交对健康的好处是早已得到证明的。

不管你接受斯瑟的数据还是罗宾逊的数据，更长、至少是要求更

苛刻的工作时间以及与照料东西息息相关的时间需求，强化了人们时间不够用的感觉。所以，必须有所牺牲。而对很多人来说，他们选中了睡眠。不少医生说，半数以上的美国人睡眠不足——平均每个晚上少睡 1 个小时。和 1900 年相比，我们的平均睡眠时间缩短了 20%。这给我们的健康敲响了警钟（更不要说每年有 10 万起交通事故都是因为司机开车时睡着所导致）。因为时间所导致的紧急事件也增加了。

随时准备发作的心脏病

旧金山梅耶·弗里德曼协会（Meyer Friedman Institute）[1] 的摄入量检查和其他就诊室进行的身体检查完全不一样。护士向有可能生病的人提出一系列和时间相关的问题。“你走路速度快吗？你吃东西速度快吗？你通常会同时做两件甚至更多事情吗？”她还会注意到对方对这些问题的生理反应。“有些你经常做的事，”她告诉一位受访者，“我们把它称之为‘呼气式叹息’，就好像你在情绪上非常疲惫，根本不想再思考我请你谈一谈的这些事情。”

护士把病人们完成的答案制成表格，打一个分数，接着把大多数答卷码得整整齐齐，放进多年前已故的梅耶·弗里德曼医生称之为“A 类人”的分类栏里。在拍摄“物欲症”（*Affluenza*）这部节目时，约翰接受了测试，并问护士自己的情况如何。“你正好在中间。”护士微笑着回答。“你的意思是说，比 A 少一点，比 B 多一点？”约翰恶作剧地问她。“恐怕不是，”她回答说，“你正好在 A 类人中间。不

① 梅耶是美国著名的心脏病学家。——译者注

过，和搞你这行的大多数人比起来，你不是太典型的A类人——这算得上一点安慰吧。”

可约翰并没感到安慰，所以他开始努力放慢自己的速度。他毕生以来第一次想要“降级”。

一个人越像A类型，就越可能被弗里德曼医生所谓的“时间紧迫感”所折磨。“过去我们也叫它匆促症，”目前管理弗里德曼诊所的巴特·斯派拉根（Bart Sparagon）医生用缓慢温和的声音说。“它就像是人们在跟时间苦斗。”

“我很清楚地记得有本著名的金融杂志所刊登的广告，”斯派拉根带着一种听天由命的表情接着说，“那是一幅照片，身着西装的男士们领着公文包，飞跃栏架。而在这场激烈、紧张的比赛画面背后，广告暗示你，如果你购买这本杂志，就能在比赛中取胜。可我看到这幅照片的时候，我知道这些人是朝着心脏病发作跑去。我是说，你真的想赢取这场比赛吗?”

伴随着时间紧迫感，比赛者们通常还会受到梅耶·弗里德曼所谓的“无端敌意”的折磨。所有能让他们放慢速度——放慢对金钱或其他成功标志的追求——的东西，都是他们的敌人，是挡住他们去路、必须战胜的一种障碍。“我认为时间紧迫感是造成心脏病多发的主要原因。”梅耶·弗里德曼曾经这样说过。他认为，越是偏向A类型的人，心搏突然停止的风险性就越大。

当然，物欲症并不是造成时间紧迫感的惟一原因。但它是一个主要原因。高涨的期望使人需要付出不断的努力，拼命跟上最新产品，参与消费竞技场上的竞争。反过来，这又迫使我们更辛勤地工作，好买得起这些东西。由于要用的东西太多，必须努力工作才能获得它们，我们的生活就变得越来越紧迫、越来越充满压力感。正如一位博

学家说的那样，“哪怕你赢了耗子赛跑比赛（rat race），你也仍然是只耗子。”① 而且你很可能成了一只死耗子。

近年来，许多科学家逐渐开始认为，病毒和其他传染病会提高心脏病发作的可能性。他们的结论来自对流行感冒病毒的研究。但倘若梅耶·弗里德曼医生及其A类人理论是正确的，他们还应该更仔细地研究一下物欲症。

① 在英语里，“rat race”是“你死我活的竞争”之意，这里直译为“耗子赛跑”，以对应原文的双关用法。——译者注

第5章 家庭痉挛

在物质至上主义和家庭价值观之间存在着一种紧张不安的压力。

——泰德·赫格（Ted Haggard），新生活教派牧师

物欲症是一个家庭问题。这种疾病以多种方式，像白蚁一样破坏着人们的家庭生活，有时候甚至将之推到了崩溃的边缘。我们已经谈到了时间压力。一项研究发现，现在美国夫妇一天只有 12 分钟的交谈时间！还有人建议说，一天进行 10 ~ 15 分钟的谈话就是“进步”！一些研究还说，在最近的一代人中，父母陪伴孩子玩耍的时间下降了 40% 之多。家长和孩子在一起度过的时间，在质量上与过去不可同日而语——现在的大多数时间就是家长开着车，送孩子去这里，去那里。这是由威廉·多赫提（William Doherty）医生所指出的。

多赫提医生是明尼苏达州立大学的家庭临床医学家和教授。他警告说，如今的小孩日程太满，就好像“连家庭都被市场价值给占领了”。家长们通常把家庭生活看成是向孩子灌输竞争价值观的机会，好让他们编出最棒的简历，升入最好的大学，找到最好的工作，挣到最多的钱。与此同时，多赫提医生说，从 1970 年以来，定期聚在一起吃晚餐和度假的家庭数量下降了整整 1/3。

而且，与人攀比的压力使得很多家庭陷入负债，在金钱问题上产生重重矛盾，从而离婚率升高。实际上，美国人的离婚率，在 20 世纪 80 年代达到高峰后稍微下降了一点，但仍然是 50 年代的两倍。家庭法律顾问报告说，90% 的离婚案都是因为在金钱问题上发生争执所造成的。

为了更富有

以辛迪·亚当斯和基顿·亚当斯夫妇为例。他们几乎让物欲症毁了这段姻缘。“当时我们的婚礼搞得相当好，那时欠下的债我们现在

总算快还清了，”结婚 6 年后，基顿这样说，“那就是债务大雪球开始滚动的起点。”而这也是很多年轻美国人面临的问题——为一场盛大的婚礼支付上千美元，当着众人的面许下永恒的誓言：“无论贫富贵贱，我们永不分离”。

首先当然要论的是“富”。亲友家人赠送的礼品——微波炉、搅拌器、毛巾、烤箱、整套餐具、特百惠塑料制品、茶壶，还有无数其他东西。再加上满满一屋子用了一次就扔掉的包装纸。接着，就轮到付婚礼账单了。

婚礼之后，基顿和辛迪开始为自己的小家购买各种其他东西，全都是刷信用卡。他们购买了昂贵的家具，还有必不可少的“家庭娱乐中心”。“管他的，一个月多还 25 美元有什么了不起?”基顿这样解释他们当时的想法——在美国家庭里，这样想实在是再普通不过了。“然后我们就发现自己在所有地方都利用最低还款额，一直用到再也还不起为止。接着我们就开始延期，两个月，三个月……”

在短短的时间内，他们欠了两万美元的债务，根本不可能还得清。“争吵是少不了的。我们还动手打架，”基顿回忆说，“我们尖叫着要离婚。最后我们走到了一个不得不做出改变的地步。”

毫无疑问，对上百万美国家庭来说，他们的故事似曾相识，但还好它有个圆满的结局。亚当斯夫妇找到消费者信用咨询服务协会寻求帮助，控制住了支出和财务危机。辛迪·亚当斯说，他们得到了一个痛苦的教训。“没有最新的东西，没追上最近的潮流，一样能过日子。”她现在相信，“我们的家不需要拥有最好的物质条件。这次的经历，让我们变得更关心事情，而不是东西。”

社会认可的上瘾症

家庭顾问迈克·保利（Mike Pauly）和泰瑞·保利（Terri Pauly）说，他们见过很多对把自己弄到类似基顿和辛迪处境的夫妇。迈克说，最开始是“想要获得尽量多的东西。这是当前夫妻间存在的主要敏感问题。为了让自己心里好受点，他们出门花钱。家庭很容易掉到这种上瘾循环里。我遇到过好多对夫妇，他们最近本来问题就多，可星期一他们走进来对我说，‘我们过了一个很棒的周末。因为我们出门花了许多钱。我们去了购物中心，在杂七杂八的东西上花了500美元，真是棒极了。’”购物就是治疗。可和精神性药物一样，它无法解决根本性的问题。

迈克·保利指出：“等到了信用卡上再没有钱的时候，他们就陷入了山穷水尽的地步。他们开始感到双方关系里的压力和紧张情绪。”

泰瑞·保利说：“这是社会很接受的上瘾方式，为了感觉好点而获得短暂的高潮。我今天觉得很沮丧——让我们去购物吧。到目前为止，社会对此持认可态度。甚至，社会还对它给予了诸多强化。”“而且，”迈克又补充说，“和毒品、酒精上瘾一样，等购物的效力消失以后，世界还是原来那个世界，人们还是必须面对内心的空虚感，而它才是导致人们出去花钱的真正原因。”

找一个更好的人

除了超支导致的家庭矛盾之外，泰瑞和迈克认为，过度消费或物

欲症削弱婚姻关系还有另一种形式。“可供人们选择的产品实在太多了，”泰瑞说，“不管你是要买车还是买饼干，都有许多种选择。于是人们会产生这样的感觉：要是你买了什么东西，又觉得没选到最好的，那你就错过了什么。这种感觉自然而然地扩展到人与人之间的关系上，你会想：外面肯定还有更好的人。”

“在工作实践中，我碰到过很多类似的情况，”迈克说，“人们走进来说，他们在工作中遇到了某个人，或是他们在工作中发生了关系，于是彼此跟原配伴侣离了婚，走到了一起。可一旦拆开包装，它就不那么新鲜、不那么独特、不那么完美了。它不再像一开始那样，大家都是盛装打扮，看起来完美极了。因此他们回到公司，重新寻找别的玩伴，一个新的、不同的人。”这就是选购伴侣。

“我们所见到的每一件东西，”他说，“总会引发不满。我们需要新的音响，升级电脑系统，需要更好的车，更大的房子。我以为，这种社会性的不满，是被我们生活的这个物质至上的社会娇惯出来的。用一样东西，然后扔掉它，然后再买一件。这套观念感染了我们所有人。我们也开始这样看待别人，我们会说，如果对方无法带给我们愉悦，那扔掉也无所谓。我认为这种发展趋势很危险，我想我们需要回归原来的价值观，就是长久地住在同一套房子里，长久地保存重要的东西，并且彼此忠诚。”

在美国消费文化的世界里，所有的东西都是用完即扔、按计划报废的，因此，人们对产品所持有的态度，最终转移到了人身上，这是不足为奇的。

眼不见，心不想，离别日久情渐淡，而且，家庭生活在过度压力下扭曲了。为了满足对物质生活的无尽欲望，维持这些欲望所需的奢侈生活方式，家长双方不仅全职工作，还要工作更长时间，神经自然

变得更为紧张，脾气也越发火爆了。更为讽刺的是，家庭生活恶化让一些伴侣宁愿在办公室呆上更长时间，以避免回家后的冲突和混乱。社会学家阿列·拉赛尔·霍斯查尔德（Arlie Russell Hochschild）在一家大型企业内对员工生活进行了研究，并在其著作《凝固的时间》（*The Time Bind*）一书中详细地记录了这一现象。

这是一个恶性循环。我们工作的时间越长，家庭生活里的压力就越大；家庭压力越大，我们就越想躲到工作里。但这个循环通常并不是从工作开始的，而是从物欲症开始的：我们工作更多是因为我们想要的东西更多。至少，在美国文化里，我们放弃了时间选择了钱。

家庭价值观还是市场价值观

物欲症拆分家庭还有一种方式。格伦·斯坦顿（Glenn Stanton）



是南加利福尼亚州一个支持传统家庭价值观的保守组织的理事，他将这个问题称之为“新无家可归者”。“有很多人和另一半住在家里，可彼此之间却从不沟通。”斯坦顿说。他们不沟通的原因很简单：因为他们各有各的玩具。“爸爸在上网，”斯坦顿指出，“妈妈在用录像机看电影。楼下的孩子在打电子游戏。每个人都跟家庭之外的东西有联系，虽说他们的身体还留在家里。但当今人们太低估物质主义对家庭施加的压力了，实际上它至关重要。”

第6章 膨胀的儿童

我们生活在一个物质的世界，而我，是一个物质女孩。

——麦当娜

1969 年约翰 23 岁的时候，曾暂时在一所印第安寄宿学校教过一阵书。那里的 3 年级学生大多算是美国最穷的孩子，除了身上穿的衣服简直一无所有。学校里只有为数不多的玩具和其他少量娱乐。可约翰从没听哪个孩子说过自己无聊。他们不断变换着自己的游戏。即便几年以后，种族主义和酒精中毒可能会毁了他们，但在 10 岁时，他们的的确确是快乐健康、情绪稳定的孩子。

那年圣诞节，约翰回家去看望家人。他还记得那个场面，圣诞树下堆着满满的礼物包。他 10 岁的弟弟打开了十多个包裹，在一件件礼物中频繁地换来换去。过了几天，约翰发现弟弟和一个朋友在看电视，圣诞节玩具被扔在哥哥们的房间里。男孩们对约翰抱怨说，他们无事可做。“我们很无聊。”他们这样说。在约翰看来，这很清楚地说明，东西并不能让儿童感到快乐。但来自外界的强大力量试图让美国的家长相信这个错误观点。

约翰在一本由美国小儿科学会（American Aademy of Pediatrics）出版的新书《关于儿童》（*About Children*）中讲述了这个故事，就在第 1 章。这本书涉及到当今美国儿童生活的方方面面——从哮喘病到儿童暴力。第 1 章的内容是“孩童期物欲症”。很明显，医生们对待物欲症的态度很严肃，尤其是关系到孩子们的方面。这么做是很有道理的。

针对儿童的营销宣传呈爆炸式发展

3 个 10 岁的女孩一起玩着游戏，她们投掷骰子，移动塑料小人的时候还会大叫“好哇!”“这是我最爱的店!”。她们玩的是棋盘玩具公司米尔顿·布拉德利（Milton Bradley）开发的“电子购物狂”

游戏。她们把“信用卡”塞进塑料ATM提款机，换出游戏币，到购物中心去消费。这款零售价为40美元的游戏目标是，尽量买最多的东西，并且最先冲回停车场。这是一个对当今孩子们饱受物欲症感染的快乐购物生活的出色介绍。

近年来，美国儿童的开销年均猛增20%，目前大约在6 700亿美元上下（比美国4 180亿美元的国防预算还高），并有望在未来10年内达到10 000亿美元。1984年，4～12岁的小孩有40亿的零花钱。到了今年，他们花出去350亿美元。于是，针对儿童进行营销宣传成为广告界最火爆的发展趋势。

“企业意识到，美国人的消费生活开始得越来越早了，”为罗柏·斯塔奇咨询顾问公司（Roper Starch polling firm）做市场调查的琼·齐拉蒙特（Joan Chiaramonte）解释说，“如果你等到孩子们长到18岁的时候才让你的产品去接触他们，那可能就迟了，你就抓不住他们了。”

1980—2004年间，美国厂商针对儿童所支出的广告费，从每年1亿美元激增至150亿美元，翻了整整150倍！朱丽叶·斯瑟在《天生购物狂》（*Born to Buy*）一书中指出，现在商人们有效地利用儿童影响父母购买高价物品，从豪华汽车到度假甚至到房子都是如此。一家连锁旅店向住在那里的孩子派发宣传手册，好让他们纠缠父母下次再来。斯瑟还指出，美国孩子在18个月大的时候就能辨识商标，两岁的时候就会要求购买名牌产品。一个孩子每年平均得到17件玩具。

孩子们从意在向他们推销东西的人——而不是家庭、学校或纪念馆——那里获得最多的信息，这在人类历史上还是头一遭。在美国，12岁的孩子平均每周被广告曝光48个小时。然而，美国儿童平均每星期只花40分钟和父母进行有意义的谈话。《消费儿童》（*Consu-*

ming Kids）一书的作者苏珊·林（Susan Linn）写道，“拿20年或30年前的广告和我们现在儿童世界里弥漫的重商主义相比，就像是拿玩具枪和真正的炸弹做比较。”

7岁以下的儿童特别容易遭受营销信息的攻击。调查显示他们无法区分广告性动机与良好善意的动机。20世纪70年代进行的一项研究发现，如果家长告诉孩子某件事是真的，而某个电视人物告诉他们并非如此，那么大多数儿童会说，自己相信电视人物的话。美国心理协会和美国小儿科协会都说，瞄准儿童的广告在本质上都是带有欺骗性的。

这些趋势对儿童造成了什么样的心理、社会和文化影响呢？最近进行的一次民意测验发现，95%的美国成年人担心我们的孩子变得“过分关心购物和消费”。

互相冲突的价值观

《出卖美国的儿童》（*Selling Out America's Children*）一书的作者心理学家大卫·沃尔什（David Walsh），正在教家长们一些保护性措施，使其子女免于落入商业主义的陷阱。凭借多年来对所谓问题儿童的治疗经验，沃尔什担心儿童购物狂症已经发展到了流行病的程度。他看到，在儿童需求和广告之间，存在着一个根本性的冲突。“市场创造的价值观是自私自利、即刻满足、永久不满和不断消费的价值观，这和美国大多数家长想教给孩子的价值观是背道而驰的。”面容慈祥的沃尔什带着些许的激动说。

专门针对儿童的广告，并不是什么新生事物。1912年，琥珀爆米花（Cracker Jack）就采用了装有玩具的包装盒，怂恿儿童购买更

多的爆米花。早在电视出现之前，孩子们就开始积攒玉米片盒子盖，寄给公司换回奖品。有趣的是，儿童电视节目的出现，完全是因为广告客户希望使用新兴电子媒体推销其产品。第一部电视动画片很明显就是为了推销加糖玉米片而拍摄的。

实际上，星期六早晨儿童节目里80%的食品广告，卖的仍然是高卡路里、糖份或食盐含量过高的零食。毫不出奇，现在整天呆坐在电视机前的孩子们，自然比电视刚诞生那个年代的孩子长得更胖。光是在20世纪80年代，美国儿童的肥胖率就翻了两倍，并且一直越变越胖。

现在的孩子比他们的父母那代人受到更多的电视广告轰炸。平均每个孩子一年收看近4万条电视广告，每天110条。1984年，美国联邦贸易委员会取消了对儿童电视的一些限制，允许电视节目和产品捆绑推销。一年之内，在全美销量最高的10种玩具里，有9种都跟电视节目捆绑到了一起。

但更为重要的或许是现在的广告和上一代人的广告之间存在的差异。老式广告里塑造的家长形象，是充满智慧的人，知道什么对孩子最好，而孩子则充满好奇又纯洁，盼望能取悦爸爸妈妈。但不管怎么说，反抗家长绝不属于广告信息的一部分。

把孩子当成牲口

现在的广告信息完全不一样了。厂商公然把努力保护孩子免受商业广告影响的家长们称做“看门人”，必须智取“看门人”，才能把孩子们“捕获、占有和打上烙印”——这就是商人们使用的冷酷无情的术语。1996年全美儿童产品供应商在迪士尼乐园召开营销大会，

名为“孩子的力量”，麦当劳的营销总监做了主题讲演：“软化父母的抗拒心理”。

一个接一个的发言人揭示了他们的策略：把家长描绘成傻瓜和守旧的家伙，他们不够聪明，不能理解孩子对所售产品的需要。在营销者和儿童的关系链中，这是一个压制家长影响的有效技巧。

在这次会议上，发言人进一步解释了营销者该如何利用儿童，设计有效的广告活动。可以送给孩子们照相机，让他们拍下自己和朋友们的照片，这样，营销者就能分析他们的衣着和打发时间的方式。观察孩子们在家庭、学校、商店和公共场所的活动。仔细记录他们的消费习惯。把他们组织成专题小组，询问其对广告的感觉，让他们从“不酷”的广告里选出“酷”的广告。

按照会议发言人、资深营销顾问保罗·科尼特（Paul Kurnit）的说法，当前最“酷”的广告一般都带有如下信息：“为了追求一种产品而做出反社会行为，是一件好事。”科尼特冷静地建议广告客户，要鼓励孩子们对家庭纪律的责难采取粗鲁、带攻击性的行为和假意的反抗，从而最好地打动孩子们。一些批评家说，这里面蕴藏着一种格外危险的意识：如果孩子们仿效广告里的模特，全都变得粗鲁、富有攻击性，那么他们必须把好斗行为提高到哪种程度，才能真正觉得自己在反抗呢？

射杀邻居的猫

但这对在《电子游戏月刊》（*Electronic Gaming Monthly*）——这是一本以电子游戏玩家为受众的流行杂志——打广告的厂家似乎毫无触动。单亲妈妈索依第一次看到 8 岁儿子亚瑟拿给她的几份杂志广告

后，深感震惊。她的儿子喜欢电子游戏，但他对1998年5月号上刊登的一幅广告感到很困扰。那是一个叫“步步惊魂”（Point Blank）游戏的广告。广告标题用巨大的粗体字印着“比射邻居家的猫更有趣”。索依回忆说，“看到这个我尖叫起来，我想我吓着亚瑟了，可我真的很不舒服。”

广告文案同样直言不讳：“砰！喵！嘣！喵！来吧伙计，是时候扩大你的食物链了，爆炸的时候瞄准叫声动听的东西……指示简单。只要目标大于一个像素，射吧！”索依迅速翻阅了这本杂志，变得更加惊骇了。一则又一则的广告夸耀着无知的暴力行径。有个叫“义务警员8号”（Vigilante 8）游戏的广告，画着一辆装配了机关枪和导弹的校车，疯子“Molo”因为被校方开除，一心想要复仇而霸占了这辆车。这则广告尤为令人恼怒，因为就在同一个月，俄勒冈州斯普林菲尔德镇的高中生金·凯尔射杀了两名同学。

索依是一位充满热情的高个子女性，她是从坦桑尼亚移民来美国的。当她想到这些广告，以及暴露在这些广告前的儿子亚瑟，忍不住悲哀地摇摇头。难道她离开故乡，千辛万苦来到美国，图的就是这个吗？那些受物欲症所折磨的商人，希望迅速从儿童身上攫取利润，可他们的所作所为就没个限制吗？

非买衣服不可

“反社会”广告的主要目标是男孩子。对女孩来说，广告信息要“优雅”一些，但它们仍然将产品凌驾于其他价值观之上。几年前西尔斯百货公司做的一则广告很能说明问题：女演员、女歌手迈拉·坎贝尔（Maia Campbell）告诉女孩们，“你必须相信自己的梦想。你必

须支持你自己。你必须为了朋友们站出来。但是，听我说，首先你必须穿点漂亮衣服。你非买衣服不可。”广告告诉受众，坎贝尔身上穿的全套衣服，标价 267 美元。

销售美容产品的公司，逐渐瞄准着年龄越来越小的女孩。26% 的 13 岁美国女孩，每天都喷香水。著名时装品牌克里斯汀・迪奥（Christian Dior）为学龄前儿童设计胸罩。牛仔裤广告会启用摆着性感姿势的、还不到青春期的少女。广告批评家劳里・玛努（Laurie Mazur）说，这类图像“可能含有危险的暗示”，每年有近 50 万的美国儿童成为性骚扰的受害者。

今天给我们上课的是……

现在不仅广告的信息变了，在媒体上刊登播出时也毫无限制。厂商为了让他们的信息在大量儿童广告中突出出来，必然会在以前从不曾出现广告的地方投放广告。

1998 年，乔治亚州绿蔷薇高中的一名学生被勒令休学一天。他犯了什么事呢？就因为他穿了一件百事可乐的 T 恤，上面印着“学校里的可乐一天”。整件事情大概是这样的：校方让该学校的 600 名学生穿上同样的可乐 T 恤，在学校的草坪上拼出“可口可乐”字样，试图打动一位前来参观的可口可乐公司高层主管，从而使学校有机会从该软饮料公司赢取一笔 500 美元的奖金。如果非要我们发表点什么意见，该对此事负责的应该是现已被停职的校长，他竟然允许自己的学校里发生这样庸俗的商业宣传活动。然而在全美国商业主义泛滥成灾的学校里，绿蔷薇高中事件不过是冰山一角，更严重的物欲症传染还在后面。



比全 A 还好

在一个物欲症的时代，由于选民的个人消费习惯给他们带来了不断增长的信用卡债务，他们必然要求减税、减少公共开支。这样一来，富裕的家庭就更倾向于把孩子送到私立学校，从而进一步降低选民对公立学校体制的支持。

随着教育经费的紧张，全美的学校董事会都开始转而向公司寻求财政帮助。为了换回现金，校方允许公司在学校屋顶、走廊、图书室、图书封面、制服和校车上宣传自己的产品。

到科罗拉多泉各个高中的走廊上逛一圈，你会看到一连串的迷你布告牌上写着“吃 M&M 巧克力豆，比得全 A 感觉更好”，“用士力架夹心巧克力满足你对更多知识的渴求”。批评家说，这些广告

宣传的产品，正是健康课警告学生们对身体有害的食品。科罗拉多泉的校车车身上也印着大大的广告，七喜、汉堡王等等——而且还是学生们动手刷上去的！校长肯尼思·伯利（Kenneth Burnley）——因为他允许在学校做广告的政策，此人被评选为全美年度风云校长——辩称，学校需要商业公司提供的钱，因为自 1972 年以来，在这个繁荣的美国城市，选民们不曾投票通过任何一项学校举债计划。“人们说，‘我宁愿去买条船，也不把钱捐给学校。’”伯利解释说。

商品作物

“我们社会的孩子被当成了可以收割的商品作物，”亚利桑那州立大学教育专业的教授亚历克斯·莫尔纳（Alex Molnar）说，他对学校的商业主义做过多年研究，欣然展示出他收集的公司为公立学校所提供的“课程资料”。

学生们使用化妆品商露华浓提供的材料，讨论“发型漂亮和糟糕的日子”①，从中发现自我尊严。他们使用来苏（Lysol）杀菌液“消灭细菌”，吃喷油井牌水果餐（Gusher's Fruit Snacks）学习地热能，“教学指导”建议说，让每个学生都咬一口“喷油井”，感受一下火山爆发的情形！他们在历史课上吃“Tootsie Rolls”糖果，在环境课上为耐克做鞋子，在数学课上数“乐事”（Lay）薯片，解释为

① 原文为“Good and Bad Hair Days”，这是美国新出现的一个短语，“发型漂亮的一天”指一整天心情都很好，做事很顺利；“发型糟糕的一天”则指整天都不顺利。——译者注

什么埃克森·瓦尔迪号石油泄漏事件[1]完全未对环境造成污染（当然，你能猜到，教学材料由埃克森石油公司赞助），以及为什么“明智”的采伐树木对环境有益——提供帮助的是纸张及木材制造商。或许有这个可能：如果我们不问孩子们世界地理知识，而问他们有关发型好坏的问题，他们学习成绩稳步下降的趋势大概能有所好转吧。

被俘虏的孩子

随着物欲症成为一种电视传播的儿童流行病，美国儿童付出了高昂的代价。这种生活方式不仅破坏了孩子们的生理健康，他们的心理健康似乎也受到了损害。心理学家们报告说，自从20世纪60年代以来，青少年患抑郁症、想自杀的人数比例持续增长，实际自杀率也翻了3番。

导致这种情况的原因，主要是因为我们的社会驱使孩子们花费过量的时间，为进入消费至上、醉心工作、疯狂竞争的成人世界做准备。在一些地方，情况简直达到了荒谬的程度。自从通过“不让一个孩子落后法”[2] 之后，美国接近20%的校区取消了小学生的课间休息。华盛顿州塔科马的一位校长解释说，这个想法是为了“为了让孩子们有更多学习时间，为全球经济做准备”。真是一派胡言。我

---

① 1989年3月24日，埃克森美孚的一艘油轮在阿拉斯加南部的瓦尔迪兹港发生石油泄漏事故，5个小时内就有1 100万加仑石油泄漏到海水中。到同年8月，阿拉斯加海湾约有2.6万平方公里的海域遭到污染。这是美国历史上罕见的大规模环境污染事件。本书采取的是一种讽刺的写法。——译者注

② 指小布什政府提出的“2002年的联邦教育法案”，旨在通过资助那些对学生进步负有责任的学校来帮助所有的学生——尤其是少数民族和贫困学生——取得更好的成绩。——译者注

们谈的可是小学 2 年级的学生！

《西雅图邮讯报》（*Seattle Post-Intelligencer*）的幽默专栏作家凯特·凯什曼（Kate Cashman）认为我们实在是退步了。在肥胖儿童增加的年代，我们取消课间休息，却把垃圾食品请进校园。她觉得我们应当反过来才对——更多的休息时间，更少的垃圾食品。她说，她想把自己的政策叫成“不让一个儿童肥胖法”，她号召大家签名，游说国会通过此项法令。让我们努力在全国每个州都通过这项法案！听起来似乎很傻，可至少比这些日子通过的大多数立法有道理得多。

我们的孩子们从肆虐的物欲症里学到了什么样的价值观呢？最近的一项调查显示，93% 的少女认为购物是自己最喜欢的活动。只有不到 5% 的人选了“帮助他人”。

1967 年，2/3 的美国大学生说“建立一套有意义的人生哲学观”对自己“非常重要”，只有不到 1/3 的学生选择了“挣大钱”。到 1997 年，这两个数字倒了过来。在 2004 年加利福尼亚大学洛杉矶分校进行的一项调查中，刚进学校的大一新生把“在经济上变得非常富有”列在所有其他目标之前。朱丽叶·斯瑟调查了 10～13 岁的儿童对“我长大以后要挣大钱”这句话的反应。63% 的孩子都说同意，只有 7% 的孩子看法不同。

1999 年在华盛顿大学进行的一项调查中，当被问到“最重要的事是什么”时，42% 的受访者选了“外表好看/发型漂亮”。另有 18% 的人选择“大醉一场”，只有 6% 的人选择“学着认识世界”。

詹妮弗·盖勒斯（Jennifer Gailus）和奥利维亚·马丁（Olivia Martin）恰好在这 6% 的人里。1996 年，活泼的前啦啦队长盖勒斯和沉默严肃的好友马丁一起写了一个叫《芭比成真》（*Barbie Get Real*）的剧本，对爱慕虚荣、购物无度的空洞生活进行了讽刺性描写。她们

说，在她俩就读的华盛顿富裕地区的雷德蒙（微软的老家）东湖高中，这种情况在同学们中间泛滥成灾。

当问到为什么要写这个剧本的时候，现在是一位高中数学老师的盖勒斯总结了物欲症对儿童的有害影响。“我们念高中的孩子们，”她伤心地说，“认为一切都是理所当然的。他们以为什么都是自己挣的，世界欠了他们。他们只会不停地拿、拿、拿，但却什么也不付出。而如果没有人们的付出，我们的社会就会走向崩溃。”

第7章　社会伤寒

哪儿都不像哪儿，何处才似家乡。

——詹姆士·康斯特勒(James Kunstler)，《哪儿都不像哪儿的地理现象》(*The Geography of Nowhere*)一书作者

你可能见过这个广告。一个最近播出的 SUV 汽车广告。画面上是郊外的一条街道，两旁矗立着一栋栋昂贵的、毫无特色的庄园式房子，草坪漂亮极了。SUV 停在其中一幢房子的车道上。而其他所有车道上停放的都是……坦克。真正的坦克。庞大、危险的军用坦克。这是一个令人忍不住要打冷战的广告，它提醒我们，互相敌对的消费竞争，使我们的社区变得有多么冷漠。它在心理上做出暗示，为了和其他人开的杀手级交通工具竞争，我们需要驾驶一辆有如坦克般坚固的东西。一辆上等的、舒适的坦克。广告当然是夸张之辞。我们的社区目前还没堕落到如此这般的冷漠和敌意。但空气中的确飘荡着一股冷冰冰的气味。

20 世纪 50 年代，大卫的爷爷住在印第安那州的克朗波因特（Crown Point）。大卫常常陪爷爷走四五个街区，散步到市中心。每个人都认识他爷爷，连码头扛沙包的人也不例外。45 年过去后，大卫依然记得爷爷邻居们的名字，还有他们在后院举办的聚会。但当年的那种归属感和信任感，如今已经从我们的城市和邻里间消失了。

1951 年，美国人和邻居坐在一起，一起大笑着看《出水芙蓉》。1981 年，我们还跟全家人一起收看《天才家庭》（*Family Ties*）①。到了 1995 年，每个家庭成员都有了自己的电视机，与此同时，孤立和消极成了我们的一种生活方式。在郊区，对美好生活的追求堕落成了对私人消费的炫耀，它把邻居们分离开来，也把一个个家庭成员们分离开来。我们——不仅仅是局促不安的“绝望主妇”们，而是所有

① 20 世纪 80 年代的一部著名情景喜剧，讲述一对父母跟三个小孩相处的故事，里面有很多温馨有趣的亲子对话。——译者注

人——都开始觉得失去了自己的邻居。巨型零售商利用这种混乱局势，靠着廉价的内衣、软件、硬件进一步满足我们的需求。

不少社会学家极为关心邻里关系的健康。斯图尔特·沃尔夫（Stewart Wolf）博士在《宗族力量》（*The Power of Clan*）一书中，分析了几十年来学者们对靠近费城的罗塞托（Roseto）小镇的研究资料。在这个小镇上，人们普遍长寿。沃尔夫博士把这个小镇不同寻常的兴旺（唉，最近它也走下坡路了）归结为以下几个原因：家庭三代人的紧密联系、友善、经常上教堂以及参加社会性组织。可是郊区的规划设计往往完全忽视了邻里"宗族"的问题，车库大门是吊桥，私人栅栏成了城堡的外墙，还有鼓励排外生活方式的私人"小城堡"。这类外在特点影响着郊区居民的社交甚至身体健康。

我们越是锲而不舍地追逐买卖合同，以及由此带来的现金支票，我们城市里的活力就越是悄然流失。如今，要是我们想体验一下小镇的城关大道在旧日美好时光里的样子，我们得飞到迪士尼乐园去，让一个杂货铺老板会冲你微笑、生活步伐缓慢的古雅人造社区勾起我们的回忆：我们的真实生活环境也曾经同样亲密而友善。

在未来的日子里，迪士尼该如何描绘现在郊区的"美好生活"呢？它会在背景里加入高速公路、落叶吹扫机、哔哔作响的垃圾车，好让一切显得更真实吗？它会再现汽车堵得一团糟的交通状况吗——每个人都掏出手机对家人说：下一站我们会迟到？我们参观郊区的"防卫型社区"，会比参观"市中心"的票价更高吗？它会再现近年来冒出的娱乐和商业机会吗——比如接送父母不在家的孩子去上跆拳道班？迪士尼会额外请人扮演住在郊区又不会开车的其他角色吗——老年人、残疾人、低收入居民，只敢掀起起居室的窗帘往外瞅一眼？

独自打保龄球

对于不开车的美国人来说，当今这个世界实在令他们束手无策、寸步难行。街区里不再有五彩缤纷的露天咖啡馆、保龄球场和小酒馆，不再像雷·奥登博格（Ray Oldenburg）① 说的那样，邻里们能够“亲密地聚在一起，互相帮助逃离这个世界”。这种和家庭、职场有所区别的“了不起的好地方”或“第三空间”，现在大多不合规定了——违反了“都市区域划分法规”。事实上，人们觉得“社会生活”这个字眼，代表的是一个由企业和政府控制的陈旧世界。

“在过去60年里，我们从公民转变成了消费者。”《哪儿都不像哪儿的地理现象》一书作者詹姆士·康斯特勒说。“成为消费者的问题在于，消费者对其他消费者无需承担责任或义务。但公民却有这样的义务和责任。他们有义务照顾其他公民，有义务维持城市环境和历史的整体性。”

哈佛政治学者罗伯特·普特南（Robert Putnam）毕生都在研究“社会资本”，他认为这是把社会里的人们联系到一起的纽带。他评论说，国家统治的质量，和选民投票人数、报纸读者人数、唱诗班人数一类小事的牵涉程度有关。最近，他得出结论，太多美国人“独自打保龄球”（和上一代人相比，现在打保龄球的人更多，但很少有人组队打）。这个结论吸引了公众的关注。我们曾经是一个参与者的国度，现在却成了孤独者之国。全国只有一半的选民定期在总统选举中投票。不到13%的人定期参加市政或学校事务的公共机会。家庭

① 美国社会学家，曾就城市空间问题做过诸多研究。——译者注

教师协会的参加人数，从1964年的1 200多万人，跌到了1995年的700万人。

童子军的志愿工作者从1970年以来下跌了26%，红十字会则下跌了61%。从总体上来说，有1.09亿美国人从事义务志愿工作，但很多人一做事就“散了架”，每次做志愿工作的时间缩短了，因此投入志愿工作的总时间也就减少了。不少人从事志愿工作的最大动力是“有意思”，如果没意思，那就别提了。1998年的一项研究揭示，30%的年轻人投身志愿工作是因为有趣；只有11%的人说这是他们的义务。

普特南承认，类似峰峦俱乐部（Sierra Club）① 和美国退休人员协会（American Association of Retired Persons）等组织的新成员的确增加了。但他指出，大部分成员从没见过面，他们只是缴纳会费，读读组织发来的通讯简报。互联网聊天，不管有多方便，始终是一种各方不露面的无形对话。“在建立信任的时候，面对面的联系显然更为有效，”普特南说，“知道你谈话的对象是谁，并为自己的观点承担责任，这在有关公共事务的谈话中是至关重要的。”

美国连锁

公民素质恶化的另一症状是传统社区组织的公民领袖消失不见了。当美国银行（US Bank）、沃尔玛、文具商Office Max和家居用品零售商家得宝（Home Depot）等大型企业进入市场之后，与社区有着长期联系的小银行和小公司被挤出了竞争，这些小企业的总裁和业

① 美国自然资源保护组织。——译者注

主自然也无法再担任社区的领导者。当整个社区的生物链发生了这样的改变后，我们能得到些什么呢？更低的价格，更便宜的东西。但我们所失去的是社区的价值——一种对高品质生活更为重要的非物质价值。我们失去了人与人之间的接触。

比如说，和大型特权企业相比，小企业会把收入的更大一部分捐献给慈善组织。而且小企业有着更明显的地方特色和更丰富的产品多样性。在当地人经营的咖啡店里，你或许会看到附近居民做的工艺品。这就是你的咖啡店。在独立书店里，你更容易找到小出版社——而不是主流大出版社——出版的各种类型多样的图书。

"美国连锁"现象发生得如此迅速，让人简直很难相信各类统计数据。在过去10年里，40%以上的独立书店倒闭了。巴诺连锁书店（Barnes & Noble）和博得书店（Borders Books）占了所有书店图书销售量的一半。Lowe's和家得宝现在控制了1/3的五金市场，迫使很多街区"修理工先生"穿上了颜色统一的工作服——倘若他"资历"不是"太高"的话。过去10年，1.1万独立药店停业了，连锁药店现在占了医药零售行业的一多半。

在其他许多零售行业也发生着同样的故事，比如录像带租赁店、连锁杂货铺和餐馆业。1998年以来，4 100多家独立录像带租赁店消失了，只剩下百视达（Blockbuster）和好莱坞影业（Hollywood Video）控制了市场的半壁江山。1996年以来，5家最大的公司所占杂货店销售总额从24%猛增至42%，而前100家餐饮连锁店掌握了40%以上的餐饮零售额。更令人担心的是一家公司独霸市场的情况，比如说，2003年沃尔玛控制了全美零售总额的7%。在美国从中国进口的货物中，沃尔玛占了10%，如果把它看做一个国家的话，它的总进口量比英国和俄罗斯还高。

利用采购和流通的规模经济效应和超低价亏损倾销的手法，这些零售寡头只需一年就能打垮竞争对手，有些情况下还用不了一年。

为了获得更优惠的价格和更高的税收收入，消费者协会和市议会成员一般会首先把林荫道，然后是市区牺牲给特许开发商。他们完全忘了，交给特许开发商的每一块钱，很大一部分都自动变到了房产公司的总部，而在地方硬件上花的钱，则依然留在城里或街区里。小企业会在当地雇佣建筑师、设计师、木匠、做招牌的、会计、保险经纪人、计算机顾问、律师、广告代理公司，因此花在它们身上的钱会无形增加许多倍——而大型零售商则会把上述一切业务在全国范围内发包。地方零售流通商还会比连锁商店贩卖更多的本地制品，为本地制造商创造更多就业岗位。当我们从连锁店买东西的时候，我们得到的并不是什么乘数效应①，而是“除数效应”。

2005年，我们的社会抵抗能力下降了。我们被物质搞得心烦意乱，又和社会健康老死不相往来，于是，我们眼睁睁地看着社区生活滑向边缘。在上班途中，我们看到大队的推土机在河边留出一块熟悉的空地，但我们根本不曾听说那儿会发生些什么：最有可能的是冒出个把沃尔玛、麦当劳和星巴克。

堡垒美国

当物欲症导致社区分崩离析（例如，公司离开城镇，裁员数百人），或是用糟糕的规划设计让社区功能残障之后，人们会怎么做

① 乘数效应是一个经济学概念，指投资的增加将会引起更大的乃至数倍的GDP的增加。下文的“除数效应”是作者为了讽刺而杜撰的词。——译者注



呢？我们会"做茧"，越来越缩回我们的紧闭的大门背后。安全公寓的住户、封闭社区的居民、监狱里的囚犯、住宅保安系统的狂热分子——全国住在栅栏背后的居民至少有1/5。"从社交上来说，堡垒式房屋代表一种自我实现的预期理论，"社区规划专家彼得·卡斯洛普（Peter Calthorpe）说，"人们越是隔绝，越是少与跟自己不像的人接触，就越是容易觉得恐惧。"

社会学家爱德华·布莱克利（Edward Blakely）也同意这一看法，"我们这个社会的目标，表面上是要把所有人融合到一起，不分收入高低、不分人种肤色，可封闭式社区的目的却恰恰与此相反，"他在《堡垒美国》（*Fortress America*）一书里这样说，"没有社会接触，一个国家如何能实现社会契约？"如果说：封闭的聚集地代表撤离开放社区、放弃公民体制的最后行动，那么在全美国两万个这类社区里居住的900万人口，已经完全做到了这一点。为什么会有这么多人脱

离开放社区？难道我们不再信任彼此了吗？

如果一个8岁的女孩能够安全地独自走到6条街以外的公共图书馆去，那说明这是一个健康的社区。首先，你拥有一家值得走过去看书的公共图书馆，还有可供行走的人行道。但更重要的是，你拥有守望相助的邻里。你在家附近拥有社会资本——能够带来潜在信任感的人际关系、义务感和人际网络。

然而在很多美国邻里之间，信任感只存在于在对过去的回忆中。在户外玩耍的孩子变得像濒临灭绝的小鸟一样稀罕。2000年，费氏新闻学院（Pew School of Journalism）在全国范围内进行了一次民意调查，反映出美国的集体信任缺失问题。虽然有96%的人认为自己在家是安全的，但20%的人对自己的邻里感到不安，30%的人在购物中心感到缺乏安全感。这些结论表现出人们对“外面的”世界有着什么样的看法呢？抓上外卖快餐，在上下班的路途中逃出一条性命，赶紧回家。调查者抽选了大量美国人，问他们“你认为在你所居住的社区，最重要的问题是什么？”谁也能猜到，“犯罪、暴力”问题的得分最高，但令人吃惊的是，“道路的发展、扩张、交通”问题同样得分很高。很多美国人觉得这两方面的问题是完全失控了。为了努力夺回控制，我们选择了最原始的做法：干上一架，或是赶紧逃走。

近年来，为了控制犯罪，我们增加了正规警员的人数，还雇佣了大量保安人员，其人数相当于正规警察的3倍。在监狱里，纳税人为每个罪犯所花的钱，足够送一个大学生去上哈佛。

在所有人口稠密的地区，你都能听到缺乏安全感的声音。汽车警报、电子锁的哔哔声、警笛，暴露出我们在控制犯罪上所做的无用功。实际上，不管人们怎样想，从统计学上来说，住在郊区的人比住

在内城区的人更危险，因为郊区居民开车的时间是靠近城区居民的3倍，因此死于车祸的可能性也要高3倍。然而，还是有上百万人继续逃往感觉上更安全的郊区地带。

繁荣的社会成本

根据美国规划协会（American Planning Association）的统计，自从1950年以来，我们社区的公共土地——公园、市政建筑、学校、教堂等等——使用面积减少了1/5，而在我们的收入当中，花在房屋抵押和租金上的钱却提高了1/5到1/2。这一证据显示，随着我们对公共地区投资的缩减，以及对生活方式的“私有化”，我们往往会放弃公民的职责，只顾着各扫门前雪。为了获得利润，很多公共服务都移交给了私营企业，我们也渐渐放弃了互相照顾的好习惯。

光从经济的角度讲，20世纪90年代是美国历史上持续繁荣时间最长的时期。可福特汉姆大学（Fordham University）社会政策创新学院的马克·米林奥夫（Marc Miringoff）相信，根据他的社会健康指数走势来看，美国已经陷入危机。

“1977年，”米林奥夫说，“国内生产总值持续走高，可社会健康开始了长期的衰落。从那时起，国内生产总值提高了79%，可社会健康指数却下滑了45%。”

他所指出的趋势，并不单单是概要的统计，而是关于你我家里构成社会财富和社区活力的活生生的人。据报道，每年有300多万儿童受虐待——每1 000名儿童里就有47例。米林奥夫质问道，“这些虐待，会给婚姻、儿童的培养、教育和就业造成什么样的影响呢?”他还指出，年轻人的自杀率明白无误地透露出他们潜在的不满。1950

年，15~24岁的年轻人自杀率相对较低，仅为4.5%。现在，这个数字翻了一倍有余。每起自杀造成的影响远远超出个人家庭范围，自杀者的朋友、同学和邻居都会陷入深深的沮丧——更不要说年轻人潜在所遭受的损失。

哪儿都不是哪儿的地理现象

当我们的社区感染了物欲症后，就进入了一个恶性循环，我们开始更热衷于选择东西，而不是选择人，这切断了我们和社区生活的联系，从而导致更多的消费和更孤立的隔绝。健康科学家已经证实，社交广泛的人比独身者更长寿，能够感受到友谊和邻居支持的人，所需的卫生保健更少。研究还发现，邻里关系糟糕的居民在临床上更容易患上“社会性”抑郁症，他们血液中的复合胺——能够产生抗抑郁刺激——含量也更低。

我们已经变成一个心烦意乱得无心关怀的国家了吗？就像是吃小鱼的中鱼一样，我们偷偷在自己家里消费大量产品，然后无助地看着大鱼——拥有特权的公司——狠狠地在我们的公共空间里咬上一口，把工作、传统和露天空间吃个精光。我们以为自然会有其他人来照顾东西——我们会付钱给他们，让他们帮我们打理东西，好让我们更专注地投入到工作和消费里。但让人吃惊的是，我们发现许多服务供应商、零售商和管理人不再真正关心我们。更确切地说，他们是在“消费”我们。

第8章 意义之痛

我们是空洞的人。
我们是胀满的人。

——美国诗人 T.S.艾略特

辛辛那提——据记者星期日报道，虽然革命性除尘系统“快扫”新近上市，却未能填满令普通美国消费者感到难以忍受的巨大空虚。轻便易用的“快扫”是第 275 894 973 件未能填满空虚的奇妙新产品。而空虚，是美国上上下下所有年龄的人每天都要面对的一种吞噬灵魂的巨大精神真空，没有任何方式能够逃脱它的魔爪……尽管人们曾给予重望，可“快扫”最终还是无法为用户的生命带来意义和目的感。

——引自 2000 年 2 月 9 日，幽默报纸《洋葱》(*The Onion*)

盘山公路蜿蜒曲折，沿途皆是陡峭的岩壁和奔腾的溪水，如镜的湖水水面，倒映着冰雪覆盖住的火山——这是华盛顿州雷尼尔山国家公园最引人入胜的壮观景色。每年，有200万人会开车经过这条公路，其中不少人会停下来欣赏美丽的人工石刻——路边的栏杆、雅致的石桥，全都完美地融合在自然景观当中。这是高质量的工程，既保持了美观，又具有实用性。修建者是美国公民保护队（Civilian Conservation Corps，CCC）。

20世纪30年代大萧条时期，上千名年轻人来到雷尼尔山——他们都是普通的失业员工，大多数来自东部城市。他们住在帐篷和简陋的房舍里，修建了许多被如今的游客视为理所当然的非凡设施。现在的人总以为政府什么都干不好，可美国公民保护队在雷尼尔山和其他不少国家公园里的杰作，纠正了这一看法。

当时，员工们的工作条件极为艰苦，不是碰上大雪和冰雹，就是暴晒在烈日之下，所得的薪水仅够糊口。他们的住处毫不舒适，除了讲故事和打扑克，他们也没有什么娱乐活动。大多数人用一口箱子就能装下全副身家。可作家哈里·伯瑞特（Harry Boyte）在采访公民保护队的老兵时，发现很多人把那段日子看成自己人生中最美好的时光。

他们忘记了那时飞扬的尘土，忘记了那时肌肉的酸痛，忘记了那时蚊虫的叮咬。他们只记得当年深厚的友情以及“建设美国”的崇高感——他们所从事的工作，将为还没出生的后代子孙带来真正持久的价值。整整60年过去了，老兵们仍为公民保护队所取得的成就感到骄傲。

植树人

25年前，约翰·毕尔（John Beal）在波音公司做工程师，因为

心脏出现了问题，必须辞职休息一段时间。为了改善自己的健康状况，他经常在家附近散步。他会经过一条名叫哈姆湾的小溪流，这条小溪是从西雅图西南方的山脉流出，最终汇入工业排水渠度瓦米许河（Duwamish River），并进入美国华盛顿州西北部的普吉湾（Puget Sound）。毕尔知道，多年以前，成群结队的大马哈鱼会从度瓦米许河游到哈姆湾产卵。

但在1980年，小溪里已经没有鱼了。河岸两旁曾经郁郁葱葱的常青树全都被砍掉了。工厂把废水排进小溪，岸边堆满垃圾。约翰·毕尔决定改变这一切。“如果我们能在西雅图市污染最严重的地区恢复哈姆湾的原貌，”他说着自己当时的想法，“我们就能告诉人们：保护环境无论在哪儿都能办得到。”

他积极展开了工作，并且成功地阻止了各公司继续向小溪排放污水，拖走了岸边成吨的垃圾。接着，在其后的15年里，他植了数千棵树。毕尔重建了小池塘、瀑布和鱼产卵的河床。一开始，他是一个人干，可很快就有了其他人来帮忙。报纸和几家电视台的报道吸引来了更多的人。毕尔向他们展示如何重建分水岭。

随着溪流逐渐恢复“健康”，大马哈鱼回来了，而且一年比一年多。毕尔所做的一切努力都是无偿的——尽管公众的捐款弥补了他的支出。可他说，能让哈姆湾和自己的社区焕然一新，令他感到十分满足。“这就是我的奖赏，这就是我所得到的回报。”毕尔做出结论。

约翰·毕尔、美国公民保护队的成员，还有无数为社区做贡献的人，拥有一个共同点：他们都知道从事有意义的活动比金钱更重要，付出比索取更美好。他们懂得，充实感、满足感来自这种努力。可在我们这个消费者社会里，这种人是越来越少了。

越来越多的美国人用东西充实自己的人生，越来越多的人告诉精

神科医生、牧师、朋友、家人，他们感到内心“空虚”。我们的孩子拥有的玩具越多，越是爱抱怨无聊。两千年前，耶稣预言人们会走上这条道路。“人若赚得全世界，却赔上自己的灵魂，”他问自己的门徒，“有什么益处呢?”在物欲症泛滥的时代，很少有人会当众提出这个问题。但我们真的该问问。

灵魂的贫困

特蕾莎修女到美国接受一个名誉学位时，曾经这样说道：“这是我此生所到过的最贫困的地方。”基督教慈善组织“世界景象”(World Vision)的前董事罗伯特·塞普尔（Robert Seiple）回忆说，“她说的不是什么经济、共同基金、华尔街、消费能力，她是在说灵魂的贫困。”

竞选战略家李·艾华特（Lee Atwater）在因脑瘤去世前不久坦白说，“（20 世纪）80 年代是攫取的年代——攫取财富、权力和名望。我知道我比大多数人攫取的财富、权力和名望更多。但在你攫取了一切你想要的东西之后，你仍然可能感到空虚。”他警告说，“在美国社会的中心，存在着一个巨大的精神真空，一个灵魂之瘤。”

在许多的宗教传统中，人类都应当拥有一个终极的人生目标。追溯其本质，它是要人们侍奉神、关照神创之众生。幸福，指的是听到了“召唤”或找到“正命”（right livelihood)① 的男女，为了各自的终极目的奉献生命与工作的精力，把自己的天赋投入到人类的共同利益之中。而所有的这些传统里，都不曾把单纯地攫取物质、权力或享

① 宗教用语。——译者注



乐——或是“争着当第一”——当做人生目标。

很少有人听到过把工作看做是“召唤”的说法。工作可以是“有趣的”、“有创造力的”或是无聊乏味的。它可以带来地位，也可能让人显得卑微——但这和工作的真正价值毫无关系。要是垃圾清运工罢工，我们的生活马上就会变成一团糟，比球星们罢工造成的影响大得多。工作可以带来巨大的经济报酬，也可以让你一文不名。但我们几乎从未问过，它的意义是什么，它的目的是什么。对大多数人（当然并不是所有人）来说，只要工作能赚钱，这个理由就足够了。为什么工作？很简单。它能赚钱。

举例来说，请想想看设计血腥暴力电子游戏广告的专业人士。毫无疑问，他们大多数人会形容自己的工作“有趣”、“有创造性”，使他们能不断为有效“提升”构想新点子。舒适的工作环境？毫无疑问。弹性工作时间？有可能，如果工作时间很长的话。他们肯定颇为

自得，他们是聪明、有效率的设计师，能够想出像“比射邻居的猫更有趣”这样“机灵”的文案。“我喜欢我的工作。”如果你问他们，多半会得到这样的回答。

再想想游戏本身的设计师。他们肯定同样感到满足，说不定经济收入还更高——足够买得起法拉利、保时捷和公寓了。有少数人承认，这些由他们设计并拿到市场上售卖给别人孩子的产品，他们绝不会让自己的孩子碰（要不然，看看暴力电影的发行人，他们也一样）。但要他们别再干这种事？绝对不成——待遇如此优厚，谁舍得呢？

赚得世界，赔上灵魂。

这些专业人士们“喜欢”自己的工作，可从未怀疑过这种工作的终极价值或结果。这毫无疑问地证明，当代经济社会有效地压抑了人们对意义和目的的质疑。这些高级员工丝毫不觉得痛苦——至少表面上不会。又或者，他们生产这些可疑产品所获得的回报——金钱、刺激、权力和地位，就像是吗啡，能止住任何悔恨带来的痛苦。

在微笑的假面之下

但还有上百万其他美国人确实渴求着意义。这是学者兼作家迈克尔·莱纳（Michael Lerner）博士在加利福尼亚州奥克兰一家专门针对职工家庭所设的“减压门诊部”工作时发现的。最初，莱纳和同伴们一样，“以为大多数美国人主要还是受物质利益所驱动。可是，我们发现，对于很多中产阶级美国人来说，觉得自己挣钱太少，与觉得自己从事的工作毫无意义、浪费生命，后者给他们造成的压力更大。这个发现令我们极为吃惊。”

莱纳和同事们一起把来自各行各业的人们分成小组，让他们谈一

谈自己的人生。“最初，跟我们谈话的大多数人想要让我们安心，就像是他们安慰同事和朋友：一切都很好，一切都在掌握之中，他们从没有给自己施加太多压力，他们的生活很棒。”莱纳说，民意调查在针对生活满意度向人们提出各类肤浅问题时，往往得到这种答案。但等到小组的参与者觉得诚实地对待自己的情感更舒服时，就会出现另一种不同的回答模式。

“我们发现，中等收入的人深深地感到不幸福，因为他们渴望为公众利益服务，他们希望把自己的天赋和精力奉献出去。可是，他们发现自己实际所从事的工作并不能提供这样的机会。”莱纳写道，“这样一来，他们往往会转而追求更多的钱，以此作为对生活的补偿，否则，他们就会觉得沮丧和空虚。”

“这恐怕是因为，我们害怕被这个世界——一个充斥着各种明显不自然的、超现实的多余废物的世界，一个把大量废物当成工作的世界——所抛弃。”斯塔兹·特克尔（Studs Terkel）在畅销书《工作着》（*Working*）中写道。莱纳和特克尔所描述的这种情绪，很可能正是当代美国一大社会难题的罪魁祸首：美国现在患抑郁症的人数比例，是1945年的10倍。在任何一年里，都有半数美国成年人忍受抑郁症、焦虑症和其他精神疾病的折磨。与此相反，拒绝享受大多数现代化便利的阿米什人①，患抑郁症的人数还不到通常的1/5。上百万美国人服用抗抑郁药品缓解自己上的精神痛苦。在过去10年里，使

① 也叫做“老派阿曼派”，是从基督教新教门诺派分裂而出的保守派别。许多人仍保持着独特的生活作风，主要分布于美国宾夕法尼亚州的兰卡斯特县，同时在俄亥俄州、印第安纳州和加拿大的安大略省也有该派团体。以衣着一致和自给自足的农耕生活方式闻名。其特点是：维系较原始的生活状况，与现代社会保持距离；坚持生活在其定居点之内，从事农耕却不使用现代农业机械；不用汽车等现代交通工具而选用马及马车；儿童教育限于小学程度，有些信徒宁肯触犯当地义务教育法而入狱受罚也不许子女上中学。——译者注

用抗抑郁药物的人数翻了3倍。随着美国日益成为物欲症的牺牲品，抑郁、焦虑、自尊心低等现象，变得越来越普遍。两位心理学教授蒂姆·凯塞（Tim Kasser）和理查德·莱恩（Richard Ryan）最近进行的一系列研究为这一预言提供了科学上的支持。他们对两种人进行了比较：一种是主要追求经济利益的人，另一种是以服务社会为目标、与他人保持着良好联系的人。

他们得出的结论很清楚：以积累财富为主要目标的人“自我实现感更低、缺乏活力、更抑郁、更焦虑。”他们写道，这些研究证明“把拥有金钱当做人生的指导原则，是非常有害的。”

学生价值观的转变

凯塞和莱恩的研究证明，宗教传统素来警惕占有大量财富的做法确有道理。但人们现在对这种“道理”总是左耳朵进、右耳朵出。1962年，汤姆·海登（Tom Hayden）写下“争取民主社会学生会（Students for a Democratic Society，SDS）”的《休伦港宣言》（*the Port Haron Statement*）① 时，他宣告：“大学最重要的任务必须是培养和发展道德、审美和逻辑思维能力”，帮助学生们找到“人生中的道德意义”。

“寂寞、疏远和孤立，描述了当代人与人之间存在的隔膜。”海

① 1962年，积极投身民权运动与和平运动的大学生们创建了“民主社会学生同盟”。该同盟代表当时被人们称为新左派的力量。在密执安州休伦港举行的成立大会上，该同盟正式通过了由密执安大学研究生汤姆·海登起草的一篇宣言。《休伦港宣言》对美国社会进行了广泛的批评——涉及种族歧视、核战争危险、无法和平发展原子能、冷战、财富分配不公、大学生的政治冷漠以及自由主义思想的枯竭，等等。在20世纪60年代和70年代初，该宣言在学生激进分子中颇有影响。——译者注

登写道，“这种主要倾向是无法通过更好的个人管理、更多改良的小东西所克服的，只有当人们彼此的爱克服了人对物质的盲目崇拜以后，它才能得以消除。”

十多年前，托马斯在杜克大学（Duke University）教书，他要学生们概述出自己的目标。他们想要的全都是金钱、权力和物质——非常贵重的东西，包括度假别墅、昂贵的外国轿车、游艇，甚至还有飞机。他们要求像托马斯这样的教师：“教我成为一台赚钱、花钱的机器。”他还记得杜克大学的学生们最爱跟朋友们说的话题，“真不敢相信昨天晚上我喝得有多醉。”滥用酒精——特别是聚众饮酒作乐——已经成为美国校园里日益严重的一个问题。

和酒精有关的死亡、伤害和中毒事件也很普遍。现在的学生每年在豪饮上花去近60亿美元，比他们购买其他饮料和书籍的钱加起来都多得多。

显然，只有大量酒精才能填满一具空虚的灵魂。

标准化的人

为什么对物质的追求会导致缺乏意义、乏味无聊的人生？对这个问题的最好解释，或许来自另一位保守主义哲学家欧内斯特·哈格（Ernest van den Haag）。

首先，他指出，大规模生产，有可能实现一种普遍的消费者生活方式，并把大量的人从工匠和小农场主等职业里驱逐出来，赶进工厂。而工厂里的劳动分工又把人的活动减少到很少的几种重复动作。他们的工作既缺乏多样性，也无法控制。

等人们的产量提高、有效需求足够庞大的时候，他们就开始分享

自己劳动所创造的物质成果。但要提供足够的商品，他们就必须接受大规模生产方式，因此也就必须将产品标准化。“只有将抹杀个性的工作和同样抹杀个性的消费结合起来，”欧内斯特写道，“才能收获大规模生产带来的利益。”因此，他认为：“无法在工作中和工作后再现自己的个性，将使人们付出高昂的代价，最终，由人们生产出的标准化产品，将标准化的人来消费”。

抹杀个性是物质进步的必然结果，它进一步剥夺了人生的意义和人们与生俱来的兴趣。消费者不满意、缺乏安宁、烦闷，这些感觉又由广告加以强化，反过来，广告故意误导他们，暗示自己提供的新产品是一种解决方式，从而再度剥削他们。哈格说，消费产品和大众媒体——只有在消费产品广告的支持下，大众媒体才得以存在——“将饱受压抑的人们发出的求救尖叫吞噬了”，只剩下“情绪低落或永远不安宁”的我们。产品和媒体转移了我们的注意力，使我们听不到灵魂对真正有意义活动的渴求。

没有找到机会进行自我选择、无法有意义地将内心资源和个性表达出来的人，欧内斯特说，忍受着“对物质的无休止渴求。外部世界提供这些东西来填满空虚。‘有个性’的私生活类‘内心’故事大受欢迎，正是因为人们隐约知道自己一无所有——至少是对现在的生活不感兴趣，因此对私人生活怀有强烈的渴望。”

无聊的人实际上渴望的是有意义的真正人生。广告暗示这种生活来自产品或商品体验。但宗教和心理学则认为，这种生活更可能来自于对他人的奉献、与朋友和家人的联系、靠近大自然、为内在道德价值观而奋斗。

通过做出这样的选择，我们就能够把更多时间投入到个人自由选择的志愿工作当中，改善我们的人际关系和社会生活，并且更充分地

表现自己的天赋和创造性。通过做出这样的选择，我们还能拥有更多时间寻找人生的意义，享受大自然的壮丽景色，和孩子愉快地玩耍，重建我们受破坏的环境。我们能够有更多时间思考什么对自己真正重要，以及如何更好地利用人生剩余的岁月。

第9章 社会创伤

当今世界无休止地吹嘘财富，吹嘘金钱能买到的一切，从而创造出一种脸上写着“我很富、你很穷”的傲慢态度，以及用成功者或失败者、王子或乞丐来把人分门别类的做法。

——趋势观察家杰拉尔德·塞伦特

我来到布隆戴尔百货（Bloomingdale）[①]，冲上4楼，买了2 000个黑色胸罩，2 000个米色胸罩和2 000个白色胸罩。我会把它们在家和游艇之间运过来运过去，这就是它们的下场——因为最多过半年，我又会从头再干上一次。

——房地产大亨唐纳·川普的前妻伊温娜·川普（Ivana Trump）

① 美国著名高档百货商店。——译者注

尽管只有很少几个美国人见过从泰国发来的照片，但看过的人都被吓坏了。1993 年，一家泰国玩具工厂发生了火灾。因为无法逃脱，数百名女员工被困在火焰和烟雾中活活烧死。她们蜷曲的尸体躺在工厂烧焦的废墟中。这是一座在所有发展中国家中都很常见的建筑，非常容易失火，可就在这里，生产出了上百万套卖给美国儿童的玩具。焦黑的碎石中到处都是巴特·辛普森娃娃和其他玩具。

不少在这次事故中丧生的妇女，靠着这份工作的微薄收入维生，根本无法为自己的孩子买上一套自己加工的出口玩具。这些工厂火灾的可怕照片，以及隐藏在照片后的惨痛事实，深刻地说明了同一个问题：在物欲症的时代，“拥有”和“无法拥有”之间的鸿沟变得越来越宽。

这里有一个不可否认的事实：没有哪种经济体制，能像无拘无束的自由市场经济一样，生产出大量便宜的消费品。比如说，它能够生产出便宜之极的儿童玩具——好让在它们绕过了半个地球之后，放到麦当劳和汉堡王这类快餐店里，随着两美元一份的套餐免费派送。

和其他国家相比，美国长久以来都认为自己是个“不存在阶级”的国家，巨富和赤贫的人口都很少。一直有人对这种“不存在阶级”的看法表示怀疑。1981 年——政府刚刚放弃了一切限制和隔离物欲症的努力——在 22 个最发达的工业国家中，美国的收入公平性排在第 13 位，现在，排在末尾。

大赢家

在微软股票价格跌到资本净值的一半之前，比尔·盖茨曾经一度

拥有900亿美元的财产，几乎等于美国半数底层人口的总收入（在全世界210个国家中，他的个人财产比其中119个国家的国内生产总值还多)。与此形成对照的是，40%的美国人一无所有。

要说明物欲症征服美国的程度，大公司高层主管的薪水是最恰当不过的例子。《商业周刊》（*Business Week*）似乎也这样认为，它曾刊登过一篇名为“贪婪好吗?”的封面报道。根据报道，1998年，全美365家最大公司的CEO，薪水平均上涨了36%，人均106万美元。而蓝领员工的工资只涨了2.7%。在新出现的工作岗位中，有3/5的薪水都达不到13.53美元的平均工资。

CEO的平均工资继续呈两位数的增长——2003年又提高了27%。2000年，CEO的工资是员工平均工资的475倍（在财务状况不佳的德尔塔航空公司①，双方差距是1 531：1)，而在1980年是40倍，1990年是84倍。可供对照的是，日本和德国CEO的收入，是员工平均工资的20倍——当然，最近他们也开始觉得有必要赶上美国对手了。

还有失败者

与此同时，专栏作家大卫·布罗德（David Broder）报道说，为“万物之主”（他这样称呼高科技百万富翁们）清理浴室和办公室的清洁工，只能挣得可怜的贫困线工资。2000年，他在洛杉矶发现，保安人员正在罢工要求加薪，如果顺利的话，到2003年，他们的工资可以涨到2.1万美元。即便是以这样的工资比例，也需27 380名保

① 德尔塔（Delta Airlines）也有人译作“三角航空公司”。——译者注

安才能挣到迪士尼 CEO 迈克尔·艾斯纳（Michael Eisner）一个人在 1998 年的收入（575 万美元）。

富人们的眼睛根本看不见穷人。“上百万人付出了辛勤的劳动，让我们的生活更便利，比如餐厅里的小工、医院里的勤杂工等等。可他们自己却还在贫困线上挣扎。”大卫·布罗德写道，“而我们大多数人，从没跟他们说过一句话。”看在眼里，却毫不放在心上。



2003 年，3 600万美国人生活在贫困中，较之前一年增加了 130 万人次。他们的平均收入是：每天 12.88 美元。很多人要打几份工才能够收支相抵。2005 年 2 月，一位名为玛丽的贫困妇女（她还是一个 3 岁孩子的母亲）告诉小布什总统，她必须打 3 份工。“你有 3 份工作?”总统问。得到肯定回答后，布什说，“你真是个独特的美国人，不是吗？我是说，这么做不是很荒谬吗？你还有时间睡觉吗?”

独特的美国人？或许是吧。荒谬？你觉得呢？

为了证明美国是“不存在阶级”的社会，我们常常引用一个事实：只有很少的美国家庭会雇佣仆人做清洁和家务（跟拉丁国家的富人相比）。但随着社会两级分化的日益加剧，情况发生了变化。上中层收入的美国人开始大规模雇佣本国佣人。1999 年，14% ~18% 的美国家庭雇佣外人做清洁，比 1995 年增加了 53%。2003 年，全美 90 万名家庭清洁工和佣人的平均工资是每小时 8.06 美元，对于一个三口之家来说，这个收入是低于贫困线的。

“仆人阶层的突然出现，和一些经济学家所谓的美国经济‘巴西化’现象是一致的，”芭芭拉·埃伦莱克（Barbara Ehrenreich）在《哈泼斯》（*Harper's*）杂志上控诉道，“伴随着社会的两极分化，低三下四的经典姿势偷偷摸摸地回来了。”为了调查这个故事，她假扮女仆，挣取每小时 6.63 美元的工资。她指出，像“玛丽女仆”（Merry Maids）这样的清洁服务公司，甚至会在广告小册子里夸耀自己的家政服务说“我们用最老派方式擦地板——跪在地上用手擦。”

为了给自己的畅销书《美国生存体验实录》（*Nickel and Dimed*）做调查，埃伦莱克跑到缅因州波特兰市一座又一座豪华大厦里去擦地板，按照工作的规定，她在清洁房间的过程中不得喝水。她发现一些房子还安装着隐蔽摄像机，以确保她片刻没偷懒。埃伦莱克常常很奇怪，人们怎么能把房子搞得如此之乱。最能捣蛋的要数小孩子，有个孩子甚至还抬头看着她大呼小叫道：“快看啊，妈妈，一个白人女仆！”

以女仆身份为“许多特权青少年清理过房间”之后，埃伦莱克得出结论：“要是没有别人的帮助，美国巨富阶层培养出的年轻一代会给自己弄出来的垃圾噎死。”

但不管怎么说，凭他们的阅读能力，应该看得懂这是什么意思。

穷人得买两次单

物欲症对美国人的影响超越了一切收入上的障碍，但它对穷人的破坏力更大。首先，削减成本的生产策略常常先拿穷人开刀。他们大部分居住在环境污染最严重的地区——比如说路易斯安那州声名狼藉的“癌症路”，当地的石化公司大肆向空气和河流中排放致癌物质。

与此同时，新“信息经济”大“赢家”们所获得的巨额工资，直接导致住房价格飙升，超出普通工薪收入者的承受能力。很多人被迫离开了家人生活了一辈子的社区。

最终，电视节目和广告一边向穷人们灌输被视为典型美国人的消费标准，一边狠狠地奚落他们——因为他们不可能达到这个标准，除非是去抢银行或者中了头彩。

费利西娅是一位有两个孩子的非裔妇女，住在康涅狄格州哈特福德住房建造计划安置的一间小公寓里，她很担心自己的孩子在学校见到其他孩子身上穿的名牌衣服会感到压力。“这些学校简直就像是开时装发布会，”她边说边摇头，“攀比的压力会导致犯罪。为了一双运动鞋，学校里的孩子会弄死其他的孩子。家长得干两三份工作才能让孩子穿得起名牌衣服。”费利西娅的孩子很少求她买东西，可当她的大儿子求她给自己买一双原价 120 美元打折到 90 美元的耐克乔丹气垫鞋时，她心软了。一开始，她告诉儿子自己买不起。“但我和她姑妈商量了一下，决定各自承担一半的钱，”她说，“于是他终于拥有了那双运动鞋。”

而这还仅仅只是穿的。按照保守的传统基金会（Heritage Foundation）的数据，即便是在美国，每年都会有 13% 的贫穷家庭吃不上

饭，此外每年还有另外几百万美国人无家可归。

在我们最贫困的社区里，人们强烈地感觉到自己被剥削了。趋势观察家杰拉尔德·塞伦特说，他和一个辅导年轻黑帮成员的社会工作者谈过话。“我问他，‘你认为导致这一切问题的主要原因是什么?’”塞伦特说。“他想也不想地回答说，‘贪欲和物质至上主义。这些孩子觉得，如果他们无法拥有商场里销售的最热门商品，他们的生活就毫无意义。’”

全球性传染

随着各国仿效美国的生活方式，整个世界都留下了物欲症带来的社会创伤。每天，发展中国家的数千万观众通过电视看到了西方消费者的生活方式（当然，没有看到它的缺陷），他们热切地想要参与其中。《当公司统治世界时》（*When Corporations Rule the World*）一书作者大卫·科登（David Korten），曾经认为他们能够并且应当参与进来。科登在斯坦福和哈佛教商业管理，后来又为哈佛商业学校、福特基金会、美国国际开发署在非洲、亚洲和中美洲工作。

“我的工作主要是培训商业管理者，为全世界各个国家的高消费经济创造公平性，”科登说，“目前在全球化的进程中，我们的整个公司体制让每个国家都加速迈入消费社会。而这里又存在一种强烈的倾向，试图教育儿童，从一开始就改造他们的价值观，让他们相信所谓的发展，来自于他们消费了什么东西。”

科登现在认为，自己在向发展中国家推进消费价值观的过程中，散布了物欲症病毒。随着他继续展开工作，病毒的症状变得越发明显。他逐渐认识到，自己的努力弊大于利。“我渐渐发现，我宣扬的

那一套根本行不通，而且也不可能行得通。”他回忆说，“很多人的生活实际上变得更糟了。我们看到环境遭到污染，我们看到文化和社会结构陷入崩溃。”

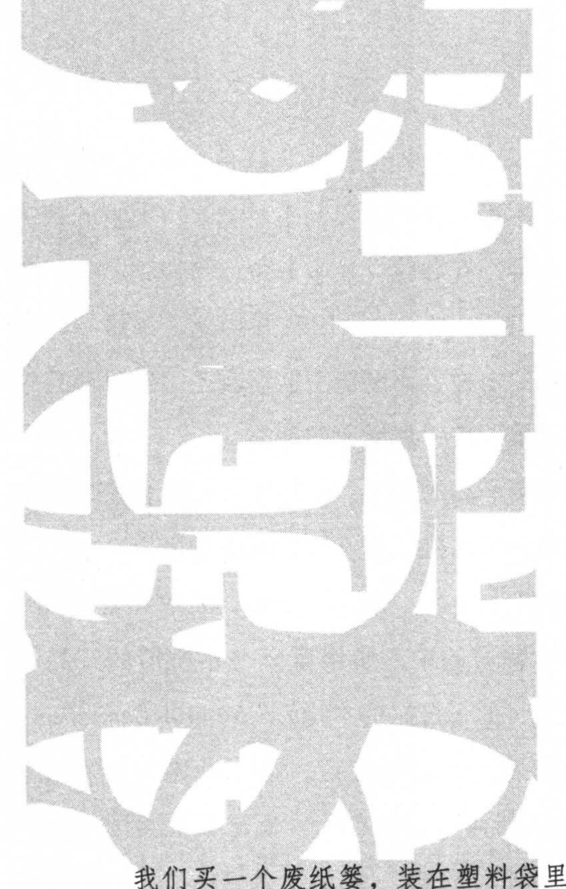
随着物欲症——消费至上主义的恶疾——扩展到全世界，富人和穷人之间的差距越来越大，一些在美国尚未暴露的社会创伤，在世界其他地方已经浮出水面。在玻利维亚的科巴卡巴那（Copacabana）和里约以巴内马（Ipanema）的金色海滩上，搭着无数简陋的窝棚。在马尼拉一幢幢豪华的大厦旁，堆积着巨大的垃圾山，上万人就住在垃圾旁边，以拣垃圾为生。

病毒轻而易举地从富人区蔓延到贫民窟。

在某种程度上，我们可以把当今分裂的世界比喻成南非喀拉哈里沙漠上一种类似仙人掌的植物，它叫萌地瓜（hoodia），具有抑制食欲的效果。为了缓解饥饿的痛苦，饿得要死的当地土人会把苦涩的萌地瓜吞下肚。但现在，英国一家制药公司已经开发出含有萌地瓜成分、能抑制人食欲的药品。该公司正在大面积种植萌地瓜，并准备在欧美肥胖人士中推广含有萌地瓜的减肥食品。要是它上了市，必然会成为我们这个分裂世界的一种象征：有人吃得太多，但其他上百万人却没得吃。

全世界 1/5 的人口——12 亿人——生活在“极度贫困”中（每天收入不到 1 美元），并因为饥饿和疾病慢慢死去。30 亿人口迫切需要更多商品。然而，要是他们像我们这样消费起来，必定会使环境陷入灾难——我们将在接下来的两章介绍这一点。

我们必须尽快为世界树立另一个榜样，我们得赶快。



第10章 资源枯竭

我们买一个废纸篓，装在塑料袋里提回家。然后我们把废纸篓从塑料袋里拿出来，把塑料袋装进废纸篓。

——莉莉·汤姆林(Lily Tomlin),喜剧演员

华盛顿特区——美国环保署和联合国全球发展影响特派机构联合进行的一项研究表明，如今消费产品的种类已经超过了生物的种类。根据这份调查，购物中心和超级市场所出售的消费产品种类超过了地球上所有的生物种类。

“去年，卡罗莱纳州的卷尾鸟（tufted hen）前脚刚灭绝，登特恩冰爽薄荷口香糖后脚就上了市。这样一来，人造产品的种类第一次超过了地球物种，”该研究项目的教授唐纳德·哈格罗夫（Donald Hargrove）说，“如今，光是宝洁公司生产的产品就比昆虫种类多1倍。尽管动植物越来越少，可供消费者购买的商品却比有史以来的任何时代都多得多。”

——摘自1998年10月21日，幽默报纸《洋葱》

虽然幽默报纸《洋葱》上刊登的这条消息只是个编造的故事，但它基本上和实际情况相去不远。我们购买的东西越多，大自然物种消失得就越快。情况每一分钟都在恶化。在本章中你将读到，每一幢郊区“庞然大屋”至少要吞噬30英亩的农田和开阔地。每修一幢这种房子，都需要至少一英亩的木材，而制造所需混凝土、钢材和其他建筑材料的矿石，足足可以填满房子那样大的地洞。

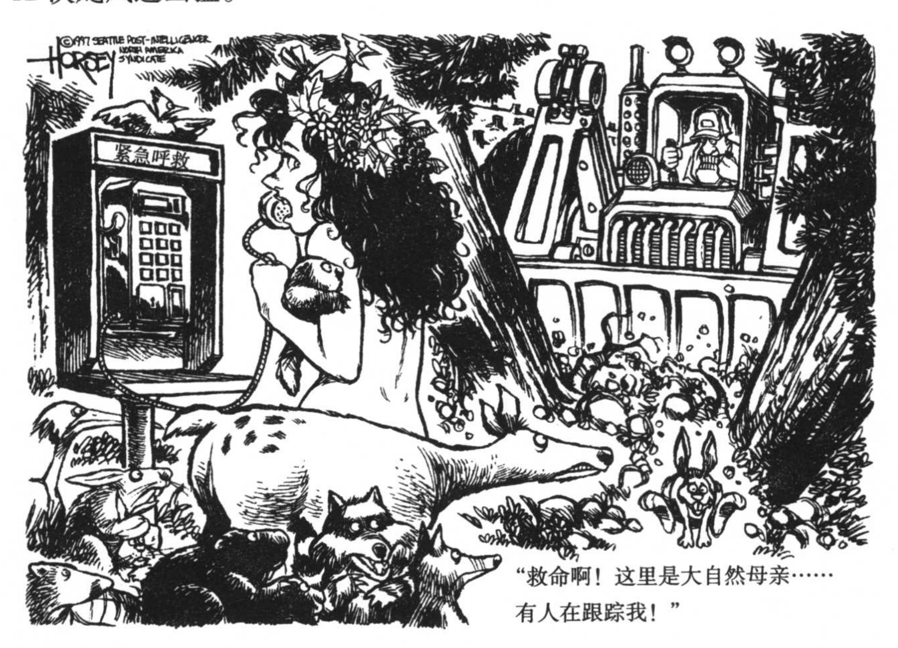
我们对建筑、燃料和消费产品的需求，使得质朴的大自然里挤满了大型挖土机、联合收割机、锯木机、推土机和石油钻塔。

“工业部门要开采、挖掘、炼制、燃烧、浪费、汲取和处理400万磅原材料，才能提供一个普通的中产阶级家庭一年所需的产品。”保罗·霍肯与亨特·洛文夫妇在《自然资本论》（*Natural Capitalism*）一书中写道。根据联合国环境规划署的统计，在全世界210个国家里，有90个国家的人民购买所需一切的花销，还比不上美国人用于购买垃圾袋的钱！一个美国人平均一生至少要消耗一水库的水（4 000万加仑，包括个人、工业和农业等用途）和一艘小油轮能装的汽油（2 500桶）。美国地质调查局的专家预计，在未来10～20年内，世界石油产量将达到巅峰，接着就会逐年大幅下降。

有点沮丧是吧？类似这样的事实，就像午夜的急救电话一样让我们惊慌。我们的大自然母亲看上去是得了重病。在媒体还没注意到的时候，她体温骤然升高，胸部受伤大出血，赶紧被送进了急诊室。几个小时以后，大自然的远方亲戚们（典型的美国人）站在开着冷气的房间里，等候她的消息（如果碰上《憔悴潘郎》（*Married with Children*）① 重播，那更是再好不过了）。在等候的过程中，我们情不

① 20世纪90年代一部大受欢迎的美国情景喜剧。——译者注

自禁地吃起零食、抽起烟、打起电子游戏——我们似乎完全忘了自己正是物欲症的带菌者。对大自然母亲来说，这种人类疾病的威力，比 12 次飓风还凶猛。



“救命啊！这里是大自然母亲……
有人在跟踪我！”

心不烦

在中世纪，人们相信瘟疫是污秽的灵魂带来的，他们烧香拜佛，祈求瘟疫早日结束。七百多年以后，我们仍然无法弄清楚事情的真正联系——比如说，我们所消费的东西和世界所发生的情况之间，到底存在什么样的关系。我们购买大农场种植的咖啡，可我们不知道，每一杯咖啡都意味着有一只可怜的流浪鸟被种植咖啡所用的致命杀虫剂给毒死。我们再也听不到小鸟在后院歌唱，但我们无法把这和喝下的咖啡联系起来。鸟儿每年不再从美国中部或南部飞

进我们家后院，因为它们死了。倘若它们还存得一条性命飞回家乡，它们在北方的栖息地也很可能变成了道路、房屋、高尔夫球道和停车场。

当我们购买电脑的时候，大概并不知道它包含着七百多种由遍布全世界的矿井、钻油塔和化学工厂所提供的不同物质。人们桌子上摆放的每一台这种圆润的彩色机器，会在制造过程中产生 64 公斤固体有毒废料和 7 000 加仑废水，并且用去它一生消耗能量的 1/4。每一年，人们要抛弃 1 200 多万台电脑——总计为 30 多万吨电子垃圾。根据硅谷有毒物质联盟（Silicon Valley Toxics Coalition）和美国环境保护局（U. S. Environmental Protection Agency）的数据，等 2006 年平板显示器和数字电视市场发展起来，人们每天将废弃 163 000 台电视机和电脑，而可供回收利用的只有很小一部分。重点在于，只要我们一买电脑，随后的一切就必将发生——哪怕我们“眼不见，心不烦”。

还有垃圾邮件，不是吗？尽管其中大多数是商业广告，可非营利组织同样要负一定责任。多尼拉·麦多斯（Donella Meadows）写道，某个组织花了 150 000 封直销邮件，仅仅吸收了 1 500 名会员。“这意味着有 148 500 封信都给扔掉了。信件的纸张是由木材制造的，上面的墨水是烧燃料的机器制造的，此外还需要其他各种机器对信件进行整理、打标签、分类，然后把它们塞进污染环境的大卡车，送进一户户的信箱，又装进其他汽车前往废品回收站（20%），或是埋进垃圾场（80%）。”我们不发一句怨言就把垃圾邮件扔掉，实际上就是在鼓励更多垃圾邮件的出现。

我们兴奋地打开首饰盒，拿出那枚闪闪发亮的订婚金戒指——它代表整整 6 吨金矿石，开采之后被抛弃在矿场的废料山上，进而

污染河流。

真实成本

至于说汽车造成的无形影响和隐藏成本，可谓是首屈一指。如果说你新买的SUV，标价里不仅仅包括汽车的交易价格，还包括这辆车造成的所有环境和社会成本——我保证你会惊讶得把舌头吞到肚子里去。要一一列出隐藏成本，我估计标价签会长得贴满汽车的每扇窗户。这里列出了一份摘要：

一辆闪亮新 SUV 的真实成本

恭喜！你刚刚以 13 万美元的价格买下了这辆车！实际上，倘若你现在才二十来岁，要是你在余生每 5 年买一辆这样的新车，你所花的利息和分期付款将超过 50 万美元。真是令人印象深刻。作为一个普通美国人，82% 的旅途你都将自己驾车前往，与此相比，德国人是 48%，法国人是 47%，英国人是 45%。

假设油价一直保持当前水平，用这辆车每天上下班往返 48 公里，将花掉你 15 美元。那样的话，每年你用于上下班的钱就会超过 3 500 美元。要是再把保险、分期付款、维修费、登记费、燃料费和其他成本加在一起，那么，为了这辆你每天只开两个小时、停 22 个小时的车，你每年的开支将会超过 8 000 美元。

在制造过程中，你的车向空气中排放出 318 公斤污染物，以及 4 吨碳物质。它每年至少需要燃烧 450 加仑汽油，至少得去加油站加 35 次油。每年你要去修理店花 3 个整天，为它吸尘、抛光、擦车窗并等待。如果把驾驶里程除以你购买和保养它所花时间，那么你的速度大概是每小时 8 公里左右——比洛杉矶高峰时间的速度

还慢。

你的新车也会在以下全国性成本中做出相应的贡献：

- 每年总共消耗1 550亿加仑汽油。
- 为了保证中东供油，每年要花600亿美元。
- 每年发生40 000次严重交通事故，导致6 000名行人死亡。
- 自从1905年生产的“老查尔斯”（Charles Olds）诞生之后，2.5亿人在车祸中残废或受伤，在车祸中丧生的人比美国历史上所有战争的死难者还多。
- 每年有5 000万动物死于车祸，其中至少有1/4是“家庭编外成员”：猫、狗和马。
- 汽车噪音和污染影响睡眠并加剧了哮喘、肺气肿、心脏病和支气管传染病的发病率。
- 汽车排出了全美1/4的造成温室效应的气体（会导致干旱、飓风和作物歉收）。
- 每年造成32亿公斤无法回收的废料和垃圾。
- 每年用于道路建设和维护、铲雪、停车津贴、公共医疗保健费的税收以及其他直接从口袋里掏出的钱高达2 000亿美元。
- 每年的各类社会成本总计10 000亿美元。

祝您驾车愉快！

奢侈生活的成本

西北环境观察组织的艾伦·杜宁（Alan Durning）评论说，“我们日常生活所使用的每一样东西，都会在这个星球的生态系统中激起

涟漪。”他和同事约翰·赖安（John Ryan）一起，在《不可思议的消费链：日常生活的神秘环保杀手》（*Stuff: The Secret Lives of Everyday Things*）一书中揭示了日常用品对环境的影响。比如说，他们饮用的来自哥伦比亚高地的咖啡，每杯含有 100 颗咖啡豆。这些咖啡豆装在 130 磅重的麻袋里，用巨大的轮船运送到焙烧工厂，再经过仓库、超市，最后进入咖啡杯。每一个步骤所耗费的能源和原料，都增加了这杯咖啡的附加价值。故事的开头特别令人忧心：

哥伦比亚的森林是生物学上的“超级大国”。尽管这个国家所占面积还不到地球陆地面积的 1%，但却是全世界 18% 植物种类的家乡，它拥有的鸟类比其他任何国家都多。20 世纪 80 年代末，农场主把咖啡树周围大部分的树都锯了，改种产量很高的咖啡树，以提高自己的收成，但这一做法同时也增加了土壤浸蚀面积和鸟类死亡量。生物学家的研究发现，和传统的阴暗咖啡种植园相比，只有 5% 的鸟类能生存在这种新型日照咖啡园里。随着鸟类和其他有益昆虫的迁徙，害虫增加了，种植者不得不大量使用杀虫剂。他们喷洒的一些化学物质，吸入了农场员工的肺里；还有一些经过雨水和空气的散播，被植物和动物所吸收。每制成一磅咖啡豆，就有两磅的果肉被倒进河里。腐烂的果肉消耗了鱼儿所需要的氧气。

“我最初着手观察东西的真实成本时，”杜宁说，“一个朋友读了我的手稿说，‘我明白了，我想你说的是，我们应该为自己的购物感到愧疚。’但实际上，它和愧疚无关。它说的是，我们应该创造一种新的生活方式，不需要这么多东西，但却能令我们比现在更幸福。简单的东西，比如说改买荫种咖啡（shade-grown），从而减少杀虫剂的使用量。我们需要想想自己得到了些什么，而不能老想着自己放弃了什么。”

由于我们不太可能为自己提供日常生活所需的原材料，因此基本上我们消费的每一样东西，从西红柿到石油到铅笔，都是从别的地方来的。"问题在于我们把'别的地方'的资源给用光了，发展中国家也在努力过上西方式的生活。"瑞士工程师马希斯·威克那格（Mathis Wackernagel）说。

马希斯和自己的加拿大同事威廉·瑞斯（William Rees）将整个星球能够孕育生物的土地和海洋除以地球总人口，得出的结果是人均5.5英亩。这还是在抛开其他所有物种不计的前提下计算的。"可供对照的是，"马希斯·威克那格说，"1996年的实际人均使用面积达到了7英亩——我们将之称做'生态足迹'（ecological footprint）①。"

"这比自然的再生能力高出30%。或者换句话说，人类一年所使用的资源，地球要花1.3年才能生产出来。"他继续说，"美国人的'生态足迹'平均为12公顷，如果世界上每个人都像这样生活，我们就还需要5个地球才能维持下去。"（如果需要计算出自己的生态足迹，请到"重新定义发展"组织的网站上做测试：http://www.myfootprint.org/。）

马希斯评论说，"我们不能使用这个星球上的一切资源，因为我们只是上百万物种的一份子。但如果我们想要为其他物种留下地球一半的生物承载能力（或是看成是世界总人口翻一番），人均生态足迹就必须降到3英亩以下，而这只相当于目前美国人1/10的使用量。"

① 其含义为"维持人类自然资源消费和吸纳人类的废弃物排放所必需的生物生产性土地和海洋面积"。它测算环境的可持续性，从量化的角度确定人类的过去和现在对全球可更新自然资源的需求。它定量测算了人类施加于地球环境的压力。——译者注

解决办法？别冒冷汗，咱们有市场呢。我们只需出个门，再买五六个地球回来就成。

没了小鱼，大鱼吃什么

在物欲症对地球的不断掠夺之下，资源供应、娱乐和审美机遇都在逐渐消失，这个消息已经够糟糕的了。但更麻烦的是，随着生物栖息地的消失，地球物种也正在迅速减少。在生态系统中，一个关键物种的缺失，就像是从超市的展示柜台里拿走了不该拿的西瓜。结果所有的西瓜都哐当哐当地掉在了地上，因为西瓜之间互相依靠的关系被破坏了。打个比方说，人们把河流两旁的自然植被砍了个精光，于是太阳光直接照射在溪水之上。可河里的大头鱼只有在寒冷的水温下才能生存，于是这导致了它们的大规模死亡。河岸两旁的沉淀物被冲进河水，堵住了河底鹅卵石间的缝隙，于是幼鱼们没了藏身之处。接下来，一些哺乳动物没法再吃到大头鱼，没法补充身体所需的蛋白质，于是这些哺乳动物所提供的生态服务也减少了。

自古以来延续至今的生态链条很快就断裂了。值得我们警惕的是，在榨取资源的战场上，每天都会发生数百起“西瓜落地”的事故。先别说什么热带雨林现象，栖息地破坏和伴随而来的物种消失就发生在我们鼻子下头。“一场无声无息的大规模‘种族灭绝’事件，正在美国的河流和湖泊里上演。”生物学家安东尼·瑞西亚迪（Anthony Ricciardi）说。他的研究显示，从蜗牛到鱼到两栖类等淡水物种，消失的速度比陆地物种快 5 倍——和雨林物种灭绝的速度差不多，而人们一般认为，雨林物种在地球上的处境是最危险的。美国一半以上的湿地都消失了，99% 的高杆草牧场也没了。人们为

了发展农业和其他用途破坏了这些生态体系，导致全美935种生物（356种动物，579种植物）不得不为了活下去而苦苦挣扎（参见图10—1）。

在大自然的健康状况恶化之前，我们根本不会去想一件产品是怎么来的，伴随着它的生产会导致什么样的后果；我们只是消费它，然后把剩下的部分扔掉。我们没有想过，当原材料被开采之后，地球、动物，甚至人类文化会遭到破坏。现在，像诺曼·迈尔斯（Norman Myers）和威尔逊（E. O. Wilson）这样的生物学家告诉我们：我们正处在6 500万年前恐龙灭绝之后最严峻的生物灭绝时代。很多人在经过最初的断然否定之后，终于开始采取行动。我们现在物种灭绝的速度，比正常的灭绝速度快1 000倍。

遥远未来的文明会怎样评价我们这个时代呢？他们能推论出物种悲剧性消失的真正原因吗？当他们思考过去的生物灭绝问题时，他们会对现在科学家采取的做法不以为然吗？“是全球气候变暖吧。”未来的科学家或许会这样猜测。而另一些人则会想，“是土地使用效率太低吧。”可为了当代文明的尊严着想，但愿他们永远找不到那些可耻的证据：是我们对便宜咖啡、汽油和内衣的强迫性需求，导致了物种的大范围灭绝。

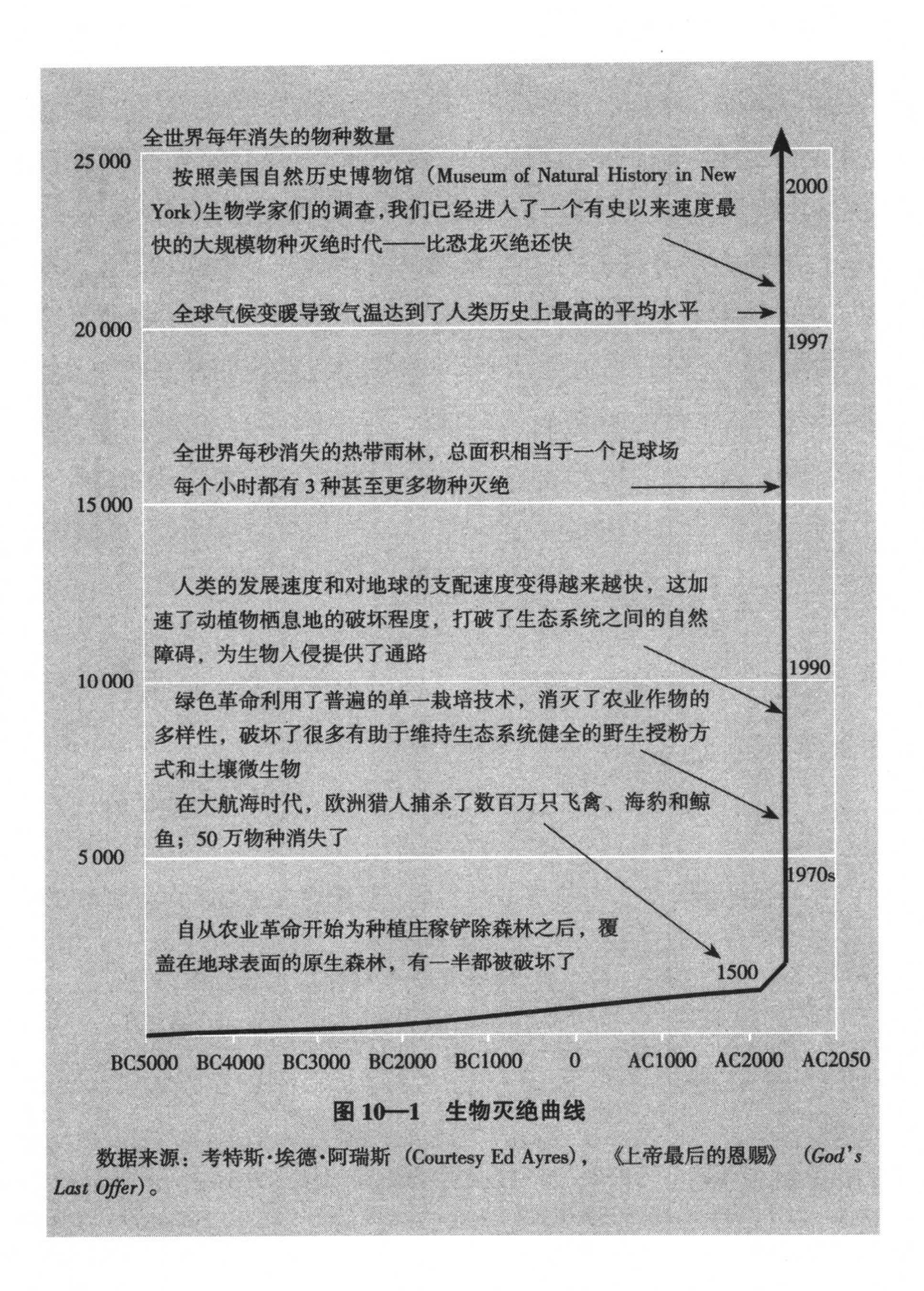


图 10—1　生物灭绝曲线

数据来源：考特斯·埃德·阿瑞斯（Courtesy Ed Ayres），《上帝最后的恩赐》（*God's Last Offer*）。

第11章 工业化痢疾

滴滴涕[1]真好！

——20世纪50年代的儿歌

化学制品时代所创造出的产品、制度和文化态度，必须用合成化学物加以维持。

——引自提奥·克尔伯恩（Theo Colburn）等著，《失窃的未来》（*Our Stolen Future*）

---

① 滴滴涕（DDT），也有翻译成“敌敌畏”，学名为双对氯苯基三氯乙烷。中文名称从英文缩写DDT而来，为白色晶体，不溶于水，溶于煤油，可制成乳剂，是有效的杀虫剂。为20世纪上半叶防止农业病虫害，减轻疟疾伤寒等蚊蝇传播的疾病危害起到了不小的作用。但在20世纪60年代科学家们发现滴滴涕在环境中非常难降解，并可在动物脂肪内蓄积，甚至在南极企鹅的血液中也检测出滴滴涕，鸟类体内含滴滴涕会导致产软壳蛋而不能孵化，尤其是处于食物链顶极的食肉鸟如美国国鸟白头海雕几乎因此而灭绝。因此从20世纪70年代后滴滴涕逐渐被世界各国明令禁止生产和使用。滴滴涕还成为中国环境保护事业的催生婆。——译者注

假设在一场棒球比赛里，你用望远镜看到了这样的景象：广告全明星队坐在本垒板后面的前排座位上。其中包括万宝路牛仔和“骆驼”老乔①，一边向孩子们吞云吐雾，一边签名。劲量兔②像扔糖果那样，朝人群里扔出一把把电池。麦当劳叔叔正在和一位环境保护主义者辩论有关激素、抗生素和农药残留物的问题——最近，人们在巨无霸汉堡里检测出了这些成分。体重超标的方便面条人③在傻笑，还有欢乐绿巨人④，他在停车场看着比赛，主队每得一分，他都会爆发出欢呼。他的块头那么大，人人都认得出他——虽然大片大片的杀虫剂残留物正从他庞大的绿色身躯上掉下来，就好像是在蜕皮。

他们看起来都挺无辜，对吧？美国人也一样。我们跟着这些伙计们一同成长，我们喜欢他们的乐观精神、他们的脏兮兮，还有他们的酷劲儿。我们需要他们的产品，让美国经济以亢奋的高速度保持发展。而且，谁也不能否认，美国琳琅满目的产品让生活变得光鲜发亮又方便。但常常使用这些产品，我们很可能会损害周围的环境和自己的健康。我们购买的不少产品都含有有毒物质——就像是蔬菜光滑的叶子下藏着危险的化学物质。可出于某些原因，我们怎么也不愿意相信这是真的。

我们是惊讶的一代

我们不愿相信，香烟每年能杀死 43 万美国人，累计减少 500 万

① 骆驼牌香烟从前在广告里使用的卡通骆驼。——译者注
② “劲量”电池使用的卡通兔子形象。——译者注
③ 方便食品公司 Pillsbury 使用的广告形象。——译者注
④ 一种玉米粒零食的卡通广告形象。——译者注

年的寿命。核能源——人们一度认为它“便宜得不可思议”——的放射性能破坏 DNA、致癌并且曾经彻底摧毁过若干地区。要是在不恰当的时候让胎儿接触到一点点“二恶英”①，就会完全破坏未出生孩子的生殖系统。1940—1995 年间，美国人工化学物的生产量增加了 600 倍，而且我们现在每年人均生产 726 公斤。每 5 个美国人里，就有两个会感染癌症，儿童患癌的比例也在提高。

“美国人有一种信任制造商的传统，”美国环保署丹佛办事处的毒物学家苏珊娜·沃尔瑟（Suzanne Wuerthele）博士说，“早在磨粉机、制革作坊和铁匠的时代，人们就认定，除非真正找出证据，否则产品就没问题——这个想法和正确的方式刚好相反。我们是按‘可接受的风险’办事的。各种行业的姿态都是，‘让我看看尸体，要不就让我按照我愿意的方式制造产品。’只有当惨剧发生之后，相关行业才做出反应，而且有的行业甚至到了在这种时候也置之不理的程度。”

沃尔瑟指出，人工化合物的记录总是伴随着各种噩耗。“从核原料的放射性，到氯氟烃（CFC）导致的温室效应，再到各种氯代烃杀虫剂的毒副作用，我们总是在玩‘躲猫猫’，总是在情况恶化之后才发现它们对健康和生态的影响。最近新发现的‘恶果’是，即便最初改造的只是植物细胞，转基因生物也可以进入整个环境。比如说，研究发现，转基因玉米的花粉传播到乳草这类植物上，就会杀死昆虫世界里的君主蝶（Monarch butterflies）。这本来不该让公司和政府的科学家感到惊讶——他们已经种植了成百上千英亩的转基因玉米——

① 又译做“戴奥辛”，一种致癌或致畸杂环族碳氢化合物，在从石油提取的除锈剂中以不纯物形式出现。美国曾出现过大规模“二恶英”中毒事件。——译者注

但他们不惊讶也不行。”

我们往往以为有人会看着商店，确保销售的一切化学品安全无害。可真相是，在目前应用于普通商品的75 000多种化学品里，做过致癌检测的只有1 200到15 000种。而生产量最大的3 000种化学物，有 43% 连基本的毒性测试都没做过。

桑德拉·斯坦格雷伯（Sandra Steingraber）在她所撰写的《住在河下游》（*Living Downstream*）中说，“绝大多数的商用化学品都是在 1979 年前进入市场的，当时联邦立法还没有要求对新的化学品进行检测。因此很多可致癌的环境污染品仍然未经确认、未得监控、未受管制。”

斯坦格雷伯本人就是膀胱癌的受害者，她回忆起当年滴滴涕所打的广告闪电战，这种产品在第二次世界大战中有效地保护了美国士兵在海外战场免受瘴气和其他疾病的侵袭，凯旋归国。“有一则广告，”斯坦格雷伯写道，“孩子们在游泳池互相泼水玩，而滴滴涕就喷洒在水面上。还有一则广告，围着围裙、穿着高跟鞋、戴着太阳帽的家庭妇女，用滴滴涕喷嘴瞄准了厨房灶台上的两只大蟑螂。它们举起前腿投降。广告标题上写着，‘在大后方继续作战的超级武器。’”

人们曾认为滴滴涕对人体无害，但生物学家早就观察到这种化学品能杀死飞禽和鱼类，破坏实验室动物的生殖系统，而害虫则对它产生新的免疫能力，出现爆炸性增长；此外它还有极大可能会导致癌症。1951 年，人们发现滴滴涕会对母乳造成污染，并能从母亲身上传给儿童。

然而，滴滴涕继续被当做一种“万能药”，直到蕾切尔·卡逊在《寂静的春天》（*Silent Spring*）一书中，详尽描写了榆树下的鸟群如何悲惨地抽搐、颤抖着死去。从滴滴涕大做广告的年代开始，癌症

慢慢变成了一种流行疾病。患脑癌、肝癌、乳癌、肾癌、前列腺癌、食道癌、皮肤癌、骨髓癌和恶性淋巴瘤的病人，在过去50年里逐年增多，癌症的发生频率提高了50%以上。

最开始，人们觉得使用像滴滴涕这种化学品是正当的。毕竟，美国人民能用低价买到食品，很大程度上要归功于各种杀虫剂的普遍使用（按照收入比例，我们的食品是世界上最便宜的）。但我们会付出什么样的无形代价呢？

意外合成

早在炼金术的年代，化学这个领域就存在一个悲剧性的缺陷：它孤立于生物学领域之外。人类在根本不知道什么会导致疾病，生物之间存在什么联系之前，就在发展技术。伟大的牛顿能够发现地心引力，可他似乎从不知道，他用来做实验的重金属就是害死他的元凶。1692年他写信给同事洛克（John Locke）①，抱怨自己失眠、抑郁、消化差、健忘、偏执，“常常在炉火边就睡着了”。300年后，我们找到了另一种解释。科学家分析了牛顿的一缕头发——这是他家代代相传的传家宝。头发里铅、砷、锑和汞分子（这都是他用来钻研炼金术的原料）的含量非常高。在他详尽的实验日志里，赫然有着他“品尝”每种化学品的描述。这种行动会造成什么样的后果，他显然没什么概念。

即便是发现了有毒物质的因果联系，我们的祖先通常也会采取一

---

① 洛克，1632—1704，英国唯物主义经验论哲学家，在政治学、经济学、教育学和宗教等多方面有巨大影响。——译者注

种“可接受的风险”政策。早在公元前 400 年，西班牙就在开采水银，虽然人们早知道它对人体极为有害，会导致慢性牙龈出血、痴呆，甚至死亡。但由于开采水银的是罪犯和奴隶，所以这个风险“值得冒”。

只有销售或使用某种产品的人才能获取它带来的利益，可承担风险的却往往是全人类。如果化学品有利可图，人们就会认为它无毒无害，除非有人拿出令人担忧的证据来。举个例子，在杀虫剂工厂工作的员工，根本不知道自己每天接触的十氯酮会导致不育，直到他们午餐时坐在一起聊天，才发现他们全都无法生育子女。

化学品带来更美好的生活

随着美国经济以人类历史上前所未有的高速度向前发展，数百万的化学合成品来到了我们这个世界。其中大多数并没有发现直接的用途，但一个世纪以来的不停摆弄，让很多能够持久存在的分子像不速之客一样厚脸皮地赖在了地球上。也有不少成分和我们熟悉的产品结为一体：清洁剂、清漆、塑料、指甲油、杀虫剂、医药品以及很多藏在幕后的工业用品，比如脱脂剂和可塑剂。

随着“无形的市场之手”不断发出召唤，在一个普通工作日里，每 9 秒钟就会产生一种新的化学物质。要分解它们是不可能的，因此，我们现在生活在自己制造的垃圾海洋里。在消费产品和工作场合里，我们会接触到各种化学品。这些看不见的化学分子还逃进水里、房子附近的空气里、我们身体的活体组织里，不停对我们进行着攻击。逃逸的分子在这个地球上已经是无处不在。“我们检测了从全世界 90 多个采集点收集的树皮样本，不管它们所处的地理位置多么遥

远，都发现了滴滴涕、氯丹（chbordane）[1] 和狄氏剂（dieldrin）[2] 的成分。”安·普朗特·麦克金（Ann Platt McGinn）在《2000 年世界现状》（*State of the World 2000*）一书中写道。在 2003 年进行的“身体毒害物质承受能力”调查中，纽约州西奈山医学院（Mount Sinai School of Medicine）的医学工作者们发现，在 9 位志愿者的血液和尿样里，平均存在 50 种以上的有毒化学物质。而这些志愿者过的是普遍，甚至相当注意环境问题的生活。这些在日用品和工业污染里常见的化学品，和癌症、脑部和神经系统的疾病有很大关系，还会造成荷尔蒙与生殖系统紊乱。志愿者之一是安德里亚·马丁（Andrea Martin），她曾患过乳癌。“我完全懵了，”她说，“我身体里存在 95 种毒素，59 种都和癌症有关。我们生活在一个毒素大杂烩里，而制造商和污染者却逍遥法外。”

如果能用显微镜看看周围——房子里的恐怖景象会吓得我们赶紧往户外跑——那里的空气要干净些。我们会看见塑料、毛毯纤维和杀虫剂的微粒，消失在家人的鼻孔里，再也没有出来！由于所有的化学品都包含在我们的日常用品里，室内污染程度可能比户外高 200 倍，特别是现在的屋子，出于空调和节能等原因，大多是关门闭户。

无处可逃

大卫·平克顿和玛丽·平克顿夫妇（David and Mary Pinkerton）

---

① 一种强力杀虫剂，因其对神经系统的影响可能会对人类和野生生物有害。——译者注

② 主要用于土壤处理的剧毒有机氯杀虫剂。对人、畜剧毒，对鱼剧毒，对昆虫有极强的触杀和胃毒作用。——译者注

对别人总是很信任。他们在密苏里州买了一幢“梦幻之屋”，下班之后，他们喜欢到工地上去溜个弯，看着自己的房子日渐成形。在入住新家之前的一次参观中，大卫注意到员工们搬进了一种标示着健康警示条的地板衬板。这种合成板材里的化学品有可能会刺激眼睛和上呼吸道系统。但大卫很信任建筑商。“他是修家庭住房的。他不会使用任何有可能伤害人的东西。”

“短短一个月之内，”《毒物圈套》（*Toxic Deception*）的作者们写道，“爸爸妈妈和 3 个孩子，一家五口人全都得了重病。大卫坐在沙发椅里，等着晚餐做好，吃完饭之后，他直接就去床上睡觉。一天晚上，玛丽正想做晚餐，大卫发现她手里拿着煮锅倒在地板上，全家五口整晚上吐下泻。”

搬进新家仅仅 6 个月，平克顿一家就被迫撤出。一位联邦环境检查员在屋子里检测到的甲醛含量达 10%，比标准值高出许多倍。根据美国肺病协会的统计，约有4 000万美国人对自己的房子过敏，2 630万人已经确诊为哮喘——其中 1/3 都是儿童。由于这种慢性病，每年人们总计向公司和学校请假告休上百万天。与此同时，我们继续拿油漆、清洁产品、空气“清新剂”、合成板材、塑料、胶水、墙纸、化妆品和上百种其他 21 世纪的标准产品轰炸自己。

死亡地带

科学家们利用新千年发明的新设备，发现到处都存在有毒化学物。平均每个美国人身体里存在多达 500 种的化学物。目前在排水沟里发现的最“性感”的化学品是美国生活方式的“流亡者”：微量的

止痛片、抗生素、避孕药、香水、可待因（codeine）[1]、抗酸剂、降低胆固醇药物、抗抑郁药、雌性激素、化疗药物、防晒油以及动物饲料中的荷尔蒙。污水处理系统在脏水里加入细菌降解、通风干燥、氯化中和，可这些化合物还是幸存了下来，最终突然出现在我们的饮用水里。

随着杀虫剂、铅和其他工业化合物的副作用在全国报纸的头条新闻里曝光，1997—2005年间，全国人均瓶装水的消费量翻了10倍之多——每人平均消费24加仑。根据美国饮料协会（American Beverage Association）的统计，瓶装水行业变成了一个年销售收入超过350亿美元、销售量高达50亿加仑的大产业。可是美国自然资源保护委员会则认为，瓶装水的成本比自来水高一千多倍，它不仅昂贵，而且效果可疑。市场上至少有1/3的瓶装水只不过是把自来水加了个包装，还有另外25%的瓶装水含有化学污染物。

“过去我们一直注意的是能够直接导致死亡或患癌症的真正有毒物质，”一位为美国地质勘测局工作的化学家爱德华·弗朗（Edward Furlong）说，“现在我们开始更仔细地寻找副作用较不明显、更不容易确认的化合物。”令弗朗吃惊的是，他发现了一种“星巴克效应”：咖啡因可能会给水资源带来麻烦。咖啡因不仅是美国生活方式的基本燃料（每年人均消费24加仑），也是一种性质稳定的、可检测出的化合物。在我们想要睡觉时，咖啡因会让我们辗转难眠；同样，在我们的河水和溪流里，咖啡因也阴魂不散。这些情况，仅仅是我们这个富裕而健忘的文明最近对水资源提出的若干难题。没有足够的饮用水，经济繁荣又能持续多久呢？

---

① 自鸦片中提取的碱质，用以镇痛、镇咳、催眠等。——译者注

十多年前，渔民们在墨西哥海湾发现了一条“死亡地带”。他们在这里撒下的网总是一无所获，钓鱼线从来碰不着任何东西。当密西西比河汇入墨西哥海湾时，河水里携带的杀虫剂、垃圾养料（来自受腐蚀的农田土壤）和石化产品，足足能污染新泽西州那样大的一片水域。海湾里的豪华客轮往水里倾倒未经处理的污水和其他垃圾，进一步导致了情况的恶化。由于法律上的漏洞，客轮可以在任何地方合法地倾倒“可再利用废水”（也就是不含粪便的废水），并且，只要离开海岸线 3 英里远，就能倾倒粪便和潲水。嘉年华邮轮公司和皇家加勒比公司的一艘普通客轮，能够装载 3 000 名乘客和船员，在为期一周的航程里，这些人会制造 10 吨垃圾，100 万加仑的可再利用废水，2.5 万加仑油污和 20 万加仑污水。有人敢下去潜个水吗?

致命的模仿

令人吃惊的事情一重接着一重，北美五大湖、北极圈，甚至人类的子宫里都出现了“死亡地带”。就像是可怕罪案的证据一样，无数的数据说明了许多我们并不想知道的情况。科学家、作家提奥·克尔伯恩整理了三十多年来上千组有关数据。这些数据说明，自然界的混乱和功能失调现象达到了何等触目惊心的地步：雄鳄鱼的性器官短小；公鸡不再报晓；鹰不再筑巢照顾幼鸟；因为雄海鸥缺乏“性趣”，雌海鸥们搞起了“同性恋”；鲸鱼生出了雌雄两套性器官；类似的“性功能紊乱”案例还有很多。

尽管克尔伯恩知道化学物品是罪魁祸首，但直到她开始研究癌症这种毒物学的标准疾病，才推导出化学品致病的整套机制。她和同事

跟踪了多种稳定的化学品，如聚氯联二苯（PCB）[1]、滴滴涕、二恶英和其他污染物进入人体的过程。它们先是存贮在脂肪组织里，然后从猎物传递给捕食者，从母亲的乳汁传递给婴儿。最重要的发现是，这些稳定的化学品假装成雌性或雄性激素，进入内分泌系统。这是错误沟通的致命例子。当我们的"化学使者"荷尔蒙在错误的时间释放出错误的份量，或是在该分泌的时候受到抑制，生命就会走样变形。

比如说，20世纪90年代初，毒物学者皮埃尔·彼兰德（Pierre Beland）发现冲上圣劳伦斯河的死鲸毒性很大，有时必须当成危险垃圾来处理。他在尸体解剖中一般都会发现致命的乳瘤、胃瘤和囊肿——全都是工业生产混乱的证据。即便内分泌混乱只发生在这个星球的野生生物上，也就是说对人不起作用，情况也够糟糕了。然而，调查证明了一些科学家多年来的疑虑：人类对此并没有免疫能力，因为内分泌系统的功能在整个动物王国都是类似的。实验研究了一些孩子的健康，他们的母亲都曾在怀孕期间吃过受聚氯联二苯污染的鱼。和受控小组相比，这200名接触到污染物的孩子，普遍早产、体重较轻并且智商较低。

让他们吃伟哥

还有的实验证明，实验室烧杯里残留的某种塑料分子（数量很小，几乎检测不到），伪装成雌性激素，引发实验用的人类乳房细胞

① 一种工业化合物，由二苯经氯化作用而产生，被认为是一种环境污染物质，积聚在动物组织中，能导致病原体和畸形生长。——译者注

癌变。而最让人震惊的是，在 1992 年对全世界 20 个国家 1.5 万名男性进行的抽查中，科学家发现人类精子量自 1938 年以来减少了 50%。“请想一想，要是合成化学品不仅能破坏男性的精子量，还能破坏人类的智力，对我们的社会来说，这意味着什么呢?”作者们在《失窃的未来》一书中写道，他们还怀疑，机能亢进、好斗和抑郁等心理疾病的增加，也和化学品有关——因为它们都属于由激素控制的行为。



导致工业化痢疾的产品表面上很清白：塑料包装袋、玩具、汽车和电脑电路板。但当我们追踪危险化学品的来源和终点时，我们的每一步都在垃圾堆里跋涉。哪怕是我们饭碗里熟悉的熏肉，也会导致工业化痢疾，正如韦伯斯特·多诺凡（Webster Donovan）描述道：

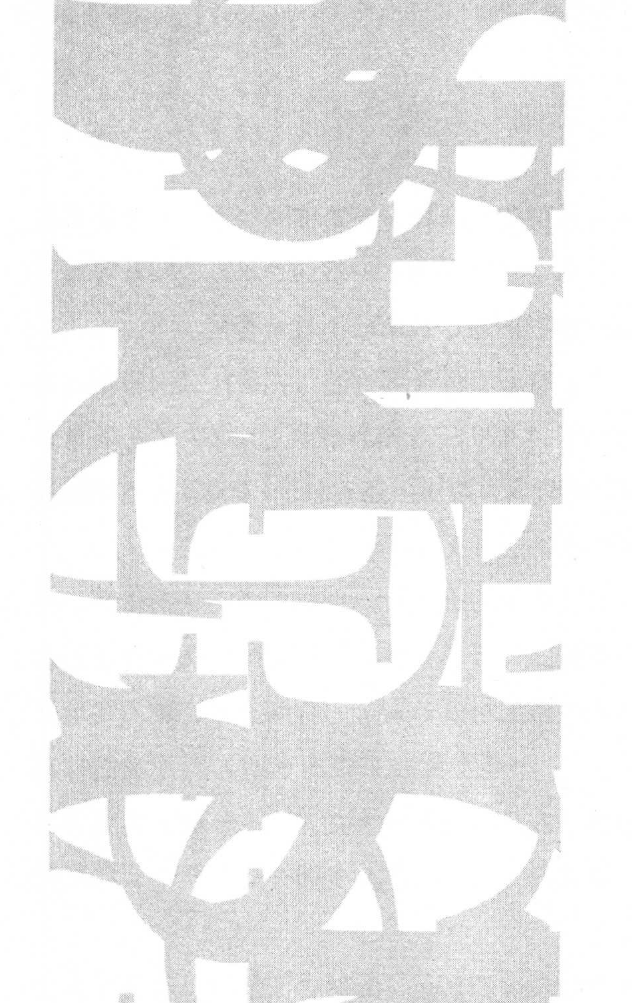
养猪本来是一项家庭产业，可北卡罗莱纳州一位颇有经商头脑的农民把它变成了一桩大买卖。但这一迅速发展的全国性行业至少带来

了一桩不受欢迎的副产品——上百万加仑的猪粪污染了水源和空气。

最先击中你的是它的气味。它就像是一把巨大的钳子，紧紧地夹住了你鼻子的神经末梢，接着进入了你的头部，在你的脑袋里盘桓不去。请想像一只在阴雨天气里跑来跑去的臭狗；一条装在密封塑料口袋里、很久没洗过的尿布；一具在烈日下晒得发臭的动物尸体。这就是那股气味：又臭、又加了香水，还混杂着让人咬牙切齿的氨水味。

近年来，这种呛眼睛的氨水味、腐肉般的甲硐味和硫化氢的臭鸡蛋味混合在一起，侵入了美国农村上万户家庭以及上百万英亩土地。这种臭味看不见，时而也会消失几小时甚至几星期，但在邻居们打扫落叶、擦去挡风玻璃上结的冰块，或是坐在桌边吃晚餐时，它就又阴魂不散地出现了。

我们还舍不得告别一开始就用痢疾折磨着我们的工业革命吗？我们还不该赶紧迈入一个注重生态保护的新纪元吗？



第12章 上瘾病毒

强烈的欲望像潮水一样冲击着他们。他们进入了一种恍惚状态，也就是上瘾性的快感，他们根本不在乎自己买的是什么。

——心理治疗师奥利维亚·梅兰(Olivia Mellan)

在我家里，人们用钱来表达爱，所以后来我自己花钱来表示对自己的爱。

——“匿名债务人”(一种12步自救项目)的参与者说

当你情不自禁地购买包装盒上画着一杯咖啡的咖啡，那你就真的上瘾了。你被套牢了。对你，以及其他3 500万咖啡狂（每天喝四五杯咖啡）来说，咖啡就是你们的命；其余的不过是等待。

但对我们来说，咖啡上瘾还不是最糟糕的，它没什么大害处。还有1 400万美国人服用禁药，1 200万人酗酒成性，6 000万人是老烟枪。500 万人把收入和积蓄都拿去赌博。还有至少1 000万人不停地买东西——从长远的角度来看，这种上瘾症是最具破坏性的。

莱安是纽约市一家百货公司的宣传员，也是一个问题购物者。每一年，她会利用员工折扣搜罗 2 万美元的衣服和首饰。在她和男朋友分手之后，她把自己的东西搬出对方公寓——直到这时，她才终于怀疑自己是不是购物上瘾了。“一些女性会买很多东西，因为她们住在两个公寓里，自己的和男朋友的。”她解释说，“你根本不会想自己其实只有一个衣柜。可当我看到我买了那么多同样的东西时，我开始觉得自己大概是有问题了。”

买东西上瘾症不太容易理解。它是一锅融合了焦虑、寂寞和自信心严重不足等特征的大杂烩。“我愿意这样看：我买东西是因为我不想跟别人一样，”莱安倾诉道，“但真正的原因在于，我不想像自己。买点什么新东西、让自己感觉良好，比改变自己容易多了。”

为了维持良好的感觉，你又会再去买更多的东西。对某种物质或活动上瘾，能取代日常生活里的情感不适，舒缓了因为渴求而积累起来的紧张感。上瘾的目标是找一个能获得权力感、能够放任自流的地方。酗酒者突然变得放松、无拘无束，觉得自己是世界上最有趣的人。赌博者因为刺激和赌一把而感到得意洋洋——把全部身家放到赌桌上，期待幸运女神的光顾。购物上瘾者想寻找的是几天以前买衣服时感受到的兴高采烈——至于那件衣服，她还放在盒子里没拆封呢。

根据罗纳德·法贝（Ronald Faber）医生的研究，强迫性购物者常常觉得在购物时自己的感观会有所增强。颜色和质地的吸引力变得更强，注意力往往能达到极端集中的程度——确切地说，是意识状态发生了变化。一些重度购物上瘾者会拿药物上瘾跟自己在购物中获得的快感相比，其他人则会把购物的那瞬间比喻成性高潮。

“我对小山羊皮的气味上瘾，对丝绸的光滑上瘾，对棉纸发出的沙沙声上瘾。”一名购物上瘾患者承认。她也喜欢在购物时产生的那种意乱情迷。而且，因为她的信用卡随时可用，她想什么时候购物就什么时候购物。这就是权力。

永不知足

为购物而陶醉，只是物质上瘾症的一个方面。美国人还很热衷于为自己买的东西修建城堡。不知道为什么，不管是一套新的高尔夫球杆也好，一间装满衣服和鞋的内嵌式衣柜也好，拥有正确的东西、发出恰当的信号，总能让购物上瘾者感到心安。问题在于，世界的信号不停在变，因此上瘾者总是无法满足。电脑的内存总是不够，对病毒的防护能力总是不强，总是不如别人的电脑速度快。SUV 还没有安装全球卫星定位系统，那我们怎么知道自己在哪里呢？手机没有互联网接入能力，没有彩信和呼叫等待功能，简直太过时了。电冰箱不能分配冷藏室、不能过滤冰水，没有按钮，没有可移动的架子（现在一些新款冰箱在门上还安装有液晶电视）；大电视比起居室的墙壁窄了 10 公分。在物欲症发作的时候，类似这种“扎眼”的瑕疵是令人无法接受的。

按照经济学家的“行话”来说，这叫做“边际效应递减”。它的

意思是说，为了保持原位，我们必须跑得更快。社会心理学家大卫·梅尔斯（David Myers）这样形容它，“第二块馅饼，或者第二个10万美元，总是不如第一个吃起来那么香。”

然而，除了显而易见的收益递减，物欲症的受害者们全神贯注于“更多”的模式，不知道什么时候、怎么样才能停下来。如果吃完一个馅饼无法满足，我们会想，大概需要更多的馅饼才行。这时，物欲症病毒就变成了一种上瘾症。“消费成了一种病态，因为它的重要性和我们的满足感成反比，我们满足感越来越稀少，消费反而越变越重要。”经济学家赫尔曼·戴利（Herman Daly）说。

从挑起上瘾性病毒的社会因素方面来说，我们要首先“感谢”供应方的“推动者”们。比如说，当我们依赖的高速公路变得拥挤不堪，供应商们就会提供更多高速公路，它们很快又会再度拥挤不堪。当我们习惯了一定程度的性暗示广告，推动者们就会把它向前推



一步，接着再推一步，一直到让还没发育的小孩子穿着内衣，在电视广告上做出挑逗动作。

餐厅、快餐外卖店和电影院的情况也一样，某些部分越变越大，接着变成了超级大。盘装食品变成了大盘装，大汉堡变成了恐龙汉堡，盒装爆米花变成了桶装。接下来是什么，桶会变成手推车吗？为了适应“大”，我们的胃膨胀了，很快我们就认为“大”是正常的。(1 700克的软饮料和1 400卡路里的妖怪汉堡，这能叫正常吗！)

有些时候，光是更多更大还不够。如果我们用熟悉的产品和活动无法让消费者亢奋起来，我们就会寻找新的亢奋点。运动变成了极限运动或虚幻运动，寻找刺激的人们从摩天大楼上往下跳，或是在互联网上的虚幻运动联赛里赌博。即便是拥有天文数字薪水的职业运动员，也永不知足。如果一个棒球联赛的闪亮新星签下2 500万美元的年薪，那么年薪1 200万美元的老手就会突然觉得不满。这就是典型的物欲症上瘾：再多也不够。

用购物填补空虚

当病态成为常态，一个上瘾者就会千方百计维持习惯。赌博者和挥霍无度的人都会被银行退票，从朋友那里借钱，为了维持习惯而负债累累，对爱自己的人说谎，隐瞒自己的行为。要看出上瘾行为与我们文化、环境中的大弹坑有哪些联系，这并不太难。赌博者会卖掉传家宝继续赌博，消费上瘾的人也会牺牲无价的自然环境、满足感和传统，以便维持商品源源不断地出现。

心理学家告诉我们，病态购买欲往往是在追求更高的尊重和认可度，表达愤怒情绪，或是通过幻想进行逃避——全都和不安的自我形

象有关。罗纳德·法贝博士这样写道：

一个强迫性购物者买了贵得吓人的音响和电视设备，但当别人和他讨论喜欢哪种类型的音乐或节目时，他却显得毫无兴趣。结果发现，他购买这些东西的动机主要是因为邻居把他当成电器设备的专家，要买什么东西的时候总会找他商量。

法贝认为，愤怒常常导致病态的购买欲——债务变成了一种报复配偶或父母的手段。而在另一些案例中，患者把疯狂购物看成是对现实的短暂逃避：

购物可以提供一种逃避到幻想里的途径，在这种幻想里，人们被当成大人物，得到尊重。一些人指出，占有和使用信用卡让他们觉得拥有了力量；另一些人发现，销售人员对自己的关注，以及豪华商店里的人知道自己的名字，能让他们产生一种傲慢感和地位感。

如果我们能够读取在大型购物中心专心致志忙着购物的人的想法，我们会不会感到吃惊呢？显然，我们会觉得自己没那么变态，因为我们看见整个购物中心都充满了“治疗中的购物者”。如果家里或工作中的事情失去控制，十个人里有三个都会逃到购物中心去。其他人并没有什么特别要买的东西，只是喜欢看到周围都是人，自己没那么寂寞。十个购物者里有六个都从刺激里感受到一种愉悦，但这是一种被焦虑扭曲的愉悦。每个购物者都凭过去的经验知道，愧疚、羞耻和混乱——消费者的悔恨——就藏在购物中心的大门之外。然而，他们还是不断地回来，因为他们上瘾了。

这也就是说，他们得像托马斯·蒙纳翰（Thomas Monaghan）那样，找到一种能击败一切购物狂臭虫的办法，才能戒掉购物上瘾。托马斯是达美乐比萨店（Domino’s Pizza）的创始人，1991 年，他突然开始变卖自己拥有的财产，其中包括 3 幢由著名建筑师赖特（Frank

Lloyd Wright）设计的别墅，30 辆古董车，其中一辆是价值 800 万美元的布加迪厢式轿车（Bugatti Royale）。数百万美元的豪华大宅也停下不修了。他甚至还把自己的底特律老虎棒球队（Detroit Tigers）卖了，因为它只不过是“一种过分骄傲的源头”。他说，“我所购买的一切东西，我是说，一切东西，都不曾使我真正幸福。”



第13章 注定不满

我们认为获得满足的惟一方式就是拥有比现在更多的东西。但是我们现在所拥有的东西却让每个人都感到不满。那么要得再多会怎么样呢——让我们更满足，还是更为不满？

——心理学家杰里米·西布鲁克（Jeremy Seabrook）

我们拥有比从前更大的房子，但支离破碎的家庭也越来越多；我们拥有更高的收入，但我们的士气却越来越低，我们的安全感越来越差，我们的举止越来越不文明。我们擅长谋生，但却不会享受生活。我们赞美繁荣，但却渴求意义。我们珍视个人自由，但却希望加强人与人之间的联系。在一个丰裕的时代，我们却觉得精神饥饿。

——心理学家大卫·梅尔斯

走进房间，却忘记了自己要来干什么——我们的文化也会犯类似的健忘症。我们忘了问，发展经济是为了什么呢？

进入21世纪以后，我们中了埋伏。标价签和条形码贴满我们的生活，每一个活动都成了一场交易。吃饭、娱乐、社交、保健，甚至信仰——全都成了可销售的日用品。想睡觉想做爱，先得吃药片。想吃饭，买一份快餐，或是找外卖店送“饭”上门。想锻炼身体，参加健身俱乐部。想找乐子，在互联网上买一套电子产品。想戒烟，买尼古丁贴剂，或是找医生要一罐医用笑气！

为了生活，我们使劲买。我们买一切。但这种生活方式是维持不了多久的。你只好把钱从信托基金里抽出来，就像是把石油从地面下抽出来。美国赛车式的生活正在快速接近熄火，因为它要求人们长时间、高压力地工作，工作占去了生活、自然资源和健康的很大部分。它要我们用消费取代个人品德和友谊。它还试图用物质商品满足人们的非物质需求，这是一个相当失败的策略。

游戏结束

心理学家理查德·莱恩指着研究案例——其中还有他自己的案例——的分数说，物质财富不能创造幸福感。“我们总是在外面寻找满足，但满足只可能来自内心。”他解释说。人类的幸福来自实现内在的目标，比如施与爱和得到爱。金钱财富、名声和外貌等外在目标，只不过是替代性的目标，只有在人们试图用“由外而内”的奖励满足自己的时候，才会去追求它们。莱恩说，“追求外在目标的人，强化了征服外在空间的自负感，但对该如何驾驭内在空间却毫无头绪。”

“有证据显示，苦恼和不安全感，通常是从追求财富开始的。”他继续说。还有一些证据则能证明，上瘾症往往起源于童年的坏习惯。你是否对此感到吃惊呢？莱恩和同事蒂姆·凯塞找了140名青少年，做了3次分析，他们发现，渴望财富和名声的青少年，比重视自我接受、家庭和朋友、社会包容感的青少年更沮丧，自尊心更差。

“追求财富的人还更容易头痛、胃痛、流鼻涕。”莱恩说。他认为，人们天生就有好奇心、自我激励心和玩耍之心，但这些品质常常被迫服从于外界的控制源，如“最后期限、规章、威胁、指示、强制评价和强制性目标”，而不是跟着自我激励的选择和目标走。由于对外在目标如何产生感到好奇，心理学家们观察了家庭影响。“如果母亲的控制欲很强、性格冷漠（基于家庭和朋友对她的感觉），孩子就更容易把自我价值和安全感建立在金钱这类外部因素上。”他们的发现并没有证明富人全都不幸福（有一些人不幸福，有一些人很幸福，这取决于他们利用金钱的方式）。但他们的确指出，追求外在目标能割断我们和人、自然、社会的重要联系——而这会导致我们不幸福。

最近，官能障碍和缺少联系似乎搅乱了每个人——不管是富人还是穷人——的生活。多尼拉·麦多斯在《越过限度》（*Beyond the Limits*）一书中一针见血地指出：

人们不需要庞大的汽车；他们需要的是尊重。人们不需要装满衣服的衣柜；他们需要的是觉得自己有魅力，需要的是刺激感、多样性和漂亮。人们不需要电子娱乐，他们需要的是能够感受到生命价值的东西。人们需要认同、分享、挑战、感激、爱情和快乐。试图用物质满足这些需求，等于是打开了人们无休止的欲望，但它根本无法解决真正的、难以满足的问题。而随后产生的心理空虚，正是一种藏在物

质欲望背后的主要力量。

民意测验显示，美国人渴望重新找回满足的真正来源，但靠那些叮当做响、乏味的小破玩意儿和信用卡账单，我们是找不到回头路的。我们总是爱问“要多少”，而不是问“怎么样”。这也就是说，我们采取的是一种在临床上已经证明会降低物欲症免疫力的做法。因此我们得到的结果只可能是不满足。数量并不能满足人们对质量的需求，虚拟现实里无限制的供应，始终也不会变成真的。



另一种财富观

要想获得幸福，我们拥有的真正财富越多——比如朋友、技能、图书馆、野生世界和午睡——所需金钱就越少。正如日本学者界屋太一在《知识价值革命》（*The Knowledge-Value Revolution*）一书中所

述，在漫长的历史中，很多文明早就发现了这个真理。可就像黎巴嫩的雪松和北非的表土层悄然消失了一样，这些地区的人民最终都变得“聪明”起来，学会用物质财富代替知识、趣味、宗教和社区。他们的文化变得更富裕了。“环境发生了改变，他们按照‘快乐来自更多消费’的指导原则而搬家。为了生产和消费更多东西而埋头工作，并不是我们该做的事。真正的高级生活方式是，拥有自由的时间丰富自己的心灵与灵魂——而这能引发一场信仰的风潮。中世纪的人们相当强调对理想社区保持忠诚和信念的重要性。”

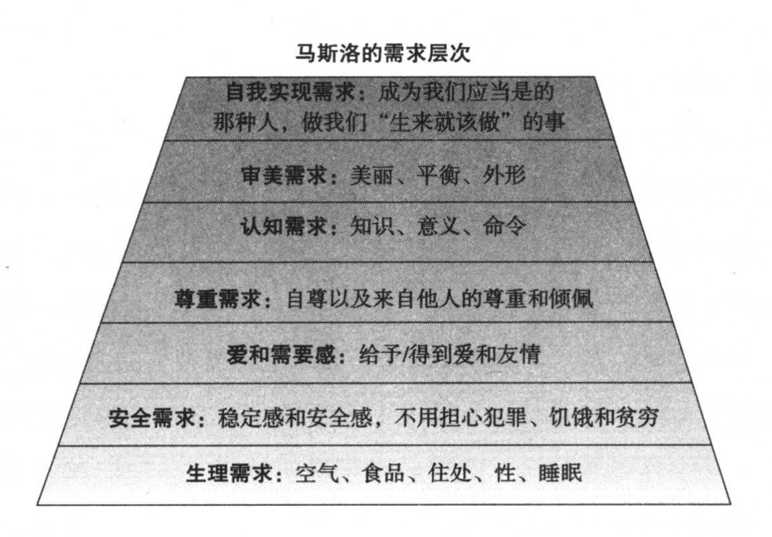
在缺乏资源的年代，日本文化发展出剑道、柔术、茶道、象棋和很多其他精致的文化活动。界屋太一说，这种文化达到了很高的发展程度，人们甚至禁止使用火器，因为作为一种调整争端的方法，它太残忍、破坏性太强了。

人文主义心理学家亚拉伯罕·马斯洛（Abraham Maslow）在20世纪30年代对加拿大的黑脚印第安文化做了研究，他也发现，财富的概念是一个社会性概念，它一部分源自本能，一部分源自对正义、多样性和智慧等值得赞美的社会目标的有意识的追求。简单地说，财富不仅仅意味着金钱。“部落里的富人积累成堆的毯子、一捆捆各类食品，有时还会有一瓶百事可乐。我记得在日舞典礼上，一个人夸耀着自己的成就，照我们的话来说，算得上是吹嘘。接着，他用一种充满骄傲但毫无羞辱之意的姿势，把自己的财产交给了寡妇、孤儿、盲人和病人。到了典礼的最后环节，他散尽了自己的财产，除了身上穿的衣服，他一无所有了。”

马斯洛主张，财富的概念建立在比物质满足更高的价值观之上。“每个人来到世界上，并不是一块任由社会塑造的黏土，而是社会压抑且依存的一种结构。”

层次降低了

每个人都认识一两个独特的家伙——一般年龄较长、健康、聪明、有趣、轻松、自然、慷慨、思想开明而慈爱：他们关注外在的问题，清楚地知道什么可信，什么可疑。对他们来说，生活会妨碍他们的工作。因为他们选择的是自己热爱的工作，所以工作就是放松。亚拉伯罕·马斯洛形容这些人是“自我实现”的人。他相信，人类潜能在满足基本的需求之后，能够自发地上升到更高的需求层次。马斯洛在 1969 年逝世之前得出结论：大多数美国人已经满足了基本的生理和安全需求，并且至少进步到了追求“爱和需要感”的阶段。很多人的层次比这还要高。



问题在于，在过去的 30 年间，由于受到物欲症的影响，美国人的层次是不是下降了？就像卡通片里一样，马斯洛的层次阶梯上就像是涂了一层光滑的油。民意调查显示，我们现在比从前更害怕了。我

们对犯罪更担心了，我们害怕失去工作，我们害怕患上悲惨的疾病。每年至少有5万美国人死于医生的玩忽职守，这使我们对自己的健康越来越忧心忡忡。

人与人之间愈发疏远，我们如何能够满足自身内在的社会需求？如果新建的购物中心和一排排大同小异的房子（有时候，要想找到自己的新家，只有按下遥控车库开门器上的“找房子”按钮，看看哪一扇门打开了）侵占了社区美丽的露天场所，我们如何能够获得美感、安全感和平衡感？如果我们的工作破坏环境、引发社会不公，和真实的东西绝缘，我们如何能在工作中获得自我尊重？星期一早晨的心脏病发作比例是最高的；显然，一些人宁肯死也不想回去工作。

由于美国成了一个消费者被自动化产品宠坏了的国家，现在能在工作中动手或者掌握一门手艺的人是越来越少了。结果，创造所带来的满足感，还有知识、意义、美好和平衡，都在混乱中弄丢了——在马斯洛需求层次里，这些需求都排在较高的位置上。

心理学家、人类学家、艺术家和我们心灵深处的呼唤，都在告诉我们，美国迫切需要建立一种新的财富观。如果我们丰富了自己非物质财富的来源，我们能够少花多少钱、少做多少有偿劳动呢？如果我们能够“生产”出自己的娱乐，比如学习音乐、掌握园艺、做木工活、做个健谈的人、参加体育运动，而不是买票去当歌迷影迷，我们就能极大地减少自己对金钱的需求。如果我们靠自己的腿走路（做运动）——住得离公司、商店和娱乐场所更近——我们就能省下每年7 500美元养车费（这是美国车主的平均开支）的一大部分。实际上，我们每年从1月1日干到3月10日都是为了挣够自己的交通费，要是不用开车的话，我们完全可以在2月份放个寒假。

良好的饮食、满意的工作、有规律的运动，能让我们不必再把钱

花在那些本来不必要的昂贵药品上，也不会受它们的副作用影响（为了预防疾病，美国每年有 3 万多人死于对处方药物的强烈反应）。食品中的健康成分，能为我们提供丰富的营养、增加白血球含量、提高神经敏锐性，增加健康保险的预扣额，减少需缴纳的保险费。在一套节能房屋里生活，能减少至少 300 块的账单，并且过得更舒服。类似这样的改变，并不是为了剥夺我们的享乐，而是让我们的生活更丰富多彩——同时，减少账单、压力和浪费。品质比数量更让人满意。

马斯洛把基本的生理需求称为“匮乏需求”。也就是说，你一旦吃了东西，你对食品的需求就得到满足了。你住进了房子或公寓（和大街相对），你对住处的需求就得到满足了，等等。然而，他的匮乏概念和食品或住处的品质无关，也不在乎满足需求的方式是否同时保护了整个满足需求的机制——如农场、森林和渔场等。个人需求的满足最终要依赖于机制的稳定性。

马斯洛没有考虑“足量”的问题，它意味着在基本需求上过度消费。他也没有真正考虑过满足需求的“效率”问题——也就是生产和使用的技术与途径。如果技术造成浪费、破坏力强，它们就无法带来全面的满足，因为它们给自然留下了创伤。在我们的自由市场里，浪费本身就是一种重要的产品，你很难为它感到骄傲。银行家、税收政策制订者和管理者会提供贷款和各种激励手段，让我们采用浪费的设计和方法，进一步阻挠我们对自我实现的追求。一句话，我们的经济体制是为了不满而设计的！

愿刀叉与你同在

虽然马斯洛的需求层次理论存在一些不足，但它仍然在探究个人

和文化发展方面得到了广泛的应用。这里，我们用它来研究一下物欲症是如何阻碍人们获得满足感的。假设你提着满满一袋杂货，从超市往自己的车走。这袋子有着什么样的价值？你买的食物对健康有什么样的好处？1950—2000 年间，从收入比例上来看，美国人均食品开支世界最低，但人均卫生保健支出却最高。这之间存在什么样的联系呢？是我们杂货袋里的东西有毒吗？还是，我们的习惯——以及整个行业的习惯——有毒？

在美国，肥胖症是一个比饥饿更严峻的健康问题。由于我们通常所吃的食品脂肪和糖份含量太高，未经提炼、释放缓慢的碳水化合物含量又太低，71%的美国人都超重。据估计，每年有 40 万人死于饮食不健康和活动量太少。我们的腰围和国内生产总值一起膨胀起来，为了控制体重、治疗相关疾病，我们至少花了1 500亿美元。随着我们的狼吞虎咽，杂货袋把糖尿病、胆囊疾病、高血压和癌症带给了我们，我们中风的可能性也更大了。

美国人想变得苗条，可是所有的努力都不成功。然而，减肥和卫生保健行业却迅猛发展起来。我们的杂货袋里满满地装着光鲜漂亮的“挫折”！我们平均每人每年喝下 55 加仑罐装软饮料，吃掉 70 公斤肥肉，此外，我们每天摄入的糖分，足足有 53 茶匙。

我们对饮食的不满，在很大程度上是因为加工食品不够新鲜。食物选择上的失控，也是一种不满。糖就是一个很好的例子。1997 年，我们人均消费的糖比 100 年前高出 3/4。在过去，我们先准备好膳食，再决定往菜里倒多少糖。可现在，我们失控了——在很多方面都失控了！如今生产的糖，3/4 以上都是预先放到加工食品当中的。

高蛋白含量的饮食，是需求不恰当满足的一个主要例子。家畜吃

掉了美国谷物产量的70%。可如果人类直接吃掉更多谷物，我们每一磅食品所发挥的效率会提高七八倍！从本质上来说，我们用不着把谷物本身包含的能量，白白浪费到生产成千上万头牛、猪、鸡上，并且让它们的粪便污染我们的水源。

健康专家安德鲁·维尔（Andrew Weil）解释说，随着日本和中国采用西方式饮食，类似动脉硬化和冠心病等从前罕见的西方疾病也趁机而入。“吃传统饮食的日本妇女，患乳癌的比例在世界上是最低的，但当她们转向美国、投入美国食品的怀抱以后，乳癌患者迅速增加。”

维尔注意到，除了那些著名食品公司所提供的产品油腻的、脆脆的、太甜又太咸的食品，可吃的东西还有很多。他解释说，食物从来都是社会活动的媒介。从字面上来说，“同伴”（companion）这个词的意思是“一起吃面包”。高质量的食物能带来满意和舒服，低质量的食物带来糟糕的健康状况、过敏、农药残留物、癌症、农田侵蚀，而且，随着农业综合企业的逐步扩展，乡村社区走向衰落。简单地说，垃圾食品使我们无法达到马斯洛需求阶梯的顶端。可悲的是，我们过量的饮食，往往使人昏昏欲睡、注意力不足，缺乏通往巅峰潜能的精力和动机。

物质的性

自我实现并不一定以货币财富为先决条件，但却不能缺少可信的重要人际关系。在我们的文化里，性是另一种生理需求，但在自我实现中，它往往会成为一种障碍，而不是基石。因为性具有本能的强迫性，它成为了物欲症病毒的另一种重要载体。性也是可以买卖的。但

和食品一样，它也是一种社交的基础。精神分析学家弗洛姆（Erich Fromm）写道："分享的体验，能够把两个活着的人联系起来。然而性活动——分享最原始的喜悦方式——往往太过自我陶醉、太关注自我、占有性太强，发生性行为的双方只能说是同时在性交，而不能说成是在分享喜悦。"

说到性的"关注自我"，有什么能比得上"虚拟性交"这种最新出现的象征孤立和非现实的符号呢？"互联网的可购性、易接近性和匿名性，在通过计算机寻求性刺激的男男女女中引发了一种新的心理失调。我们或许可以说，虚拟性交能让人感到满意，但无论如何不能说它使人满足。

文化危机

一个有关太平洋小岛居民的古老故事，在物欲症的年代格外引人深思。一个健康、上进心强的当地人，自由自在地躺在海边小屋前的吊床上，为家人和自己吹着木笛。一日三餐，他摘水果、用矛打捞新鲜的小鱼。他觉得生活很快乐、很幸运。想想吧——他大多数时间都是在"度假"呢！突然，在毫无警报的情况下，物欲症入侵了小岛。杰里·曼德（Jerry Mander）写道，"来了一位商人，他买下了小岛所有的土地，砍光了树木，修建了一座工厂。他雇佣当地人在工厂里工作挣钱，这样过上一段时间，当地人就买得起从大陆运来的罐装水果和鱼，他在海边买了一幢看得见海景的石头房子，到了周末才能去晒太阳。"

和太平洋小岛上的居民一样，我们受了甜言蜜语的哄骗，试图使用跨国公司生产的产品——你可以将之称做"剥夺式"满足——来

满足自己的大部分需求。“现在，美国人生活的方方面面都被垄断了，”作家埃里克·施洛瑟（Eric Schlosser）评论说，“出生在哥伦比亚 HCA 保健公司下属的医院里，长眠在休斯顿国际安葬服务公司（Houston-based Service Corporation International）所有的往生室里——如今这家公司控制着 1/9 美国人的骨灰。”

对美国人好的，对世界就好——各大公司的 CEO 这样告诉你。当代世界七大奇迹之一的麦当劳是一个真正的日不落帝国，那金色的“M”字闪耀在 119 个国家的 3 万家连锁店顶上。在西班牙，文化碾碎机像精妙的外科手术一样，成功地戒掉了人们午睡的习惯，获得了重大胜利。泰莉·坦贝斯特·威廉斯（Terry Tempest Williams）在《跳跃》（*Leap*）一书中描写了她在飞机上和宝洁公司一位高层主管的对话，此人向她吹嘘自己在赶跑西班牙人午睡的战役中立了大功。上千年来，西班牙人都靠着奢侈的午休时间提高生活的质量，而且不用花一分钱。可用商业的眼光看来，午睡完全是浪费时间。世界需要的是更多的生产、更多的消费、更少的休息和更多的钱。快醒来吧！去发财吧！一位英国朋友告诉我们，大不列颠式的下午茶和传统聚餐也消失不见了。

然而，商业带来的最大冲击，发生在美国人民曾经自由奔放的思想上。根据记载，17 世纪北美洲有着广阔的森林，一只松鼠能够“脚不沾地”地从现在的维吉尼亚州跑到伊利诺伊州。如今，在媒体泛滥的自由市场里，一个人完全可以不动脑子，靠着操纵信息过完了一周又一周！我们一对耳朵之间的那个球体，已经被商业“殖民”了。问题在于，如果我们逐出了自己的思想，我们到底是谁呢？

喜欢自己所拥有的

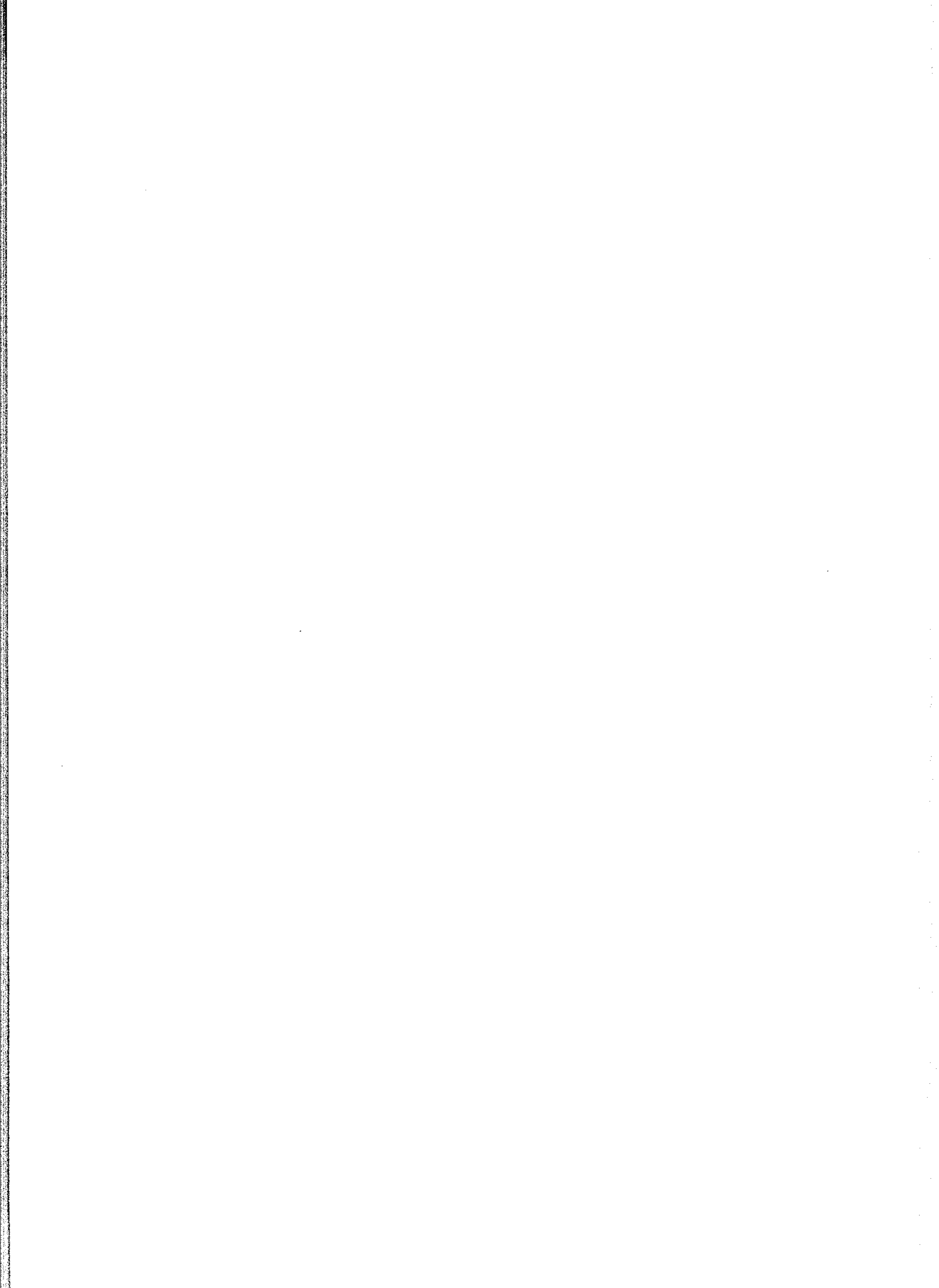
假设你已经满足了自己的生理和安全需求，甚至满足了马斯洛更高的需求——给予和获得爱。你不吃垃圾食品，你不曾受到医疗行业的疏忽对待，你逃过了能令爱和归属需求窒息的人际关系战场。你可要小心，因为在下一个阶层——尊重需求——里，到处都是病毒。当你进入“尊重”陷阱时，你最好戴上手套。在我们的消费行为里，有多少活动受到了自尊和同僚认可需求的摆布？在我们试图满足这些需求的过程中，我们常常把自己从“人类”扭曲成了“自动干活机”。

我们从外界寻找赞许，我们大声地夸耀自己拥有什么，而不是自己知道什么、信仰什么。获得自己想要的东西比喜欢自己所拥有的东西变得更为重要。外表变得比真相更重要。在《极端的改变》（*Extreme Makeover*）和《天鹅》（*The Swan*）这类电视节目的部分影响下，人们现在认为整形手术是提高自尊心的直通车。2003 年，全美有将近 300 万人接受了美容整形手术。18 岁以下接受隆胸手术的女孩，在 2002 年到 2003 年间翻了 3 倍。更可悲的是，在这些媒体的牺牲品中，整形手术成了不可少的毕业或生日礼物——这又是一个我们试图购买幸福而不是体验幸福的例子。

当我们把自己定义为“消费者”这一社会人，我们的信心就会依赖于那些不受我们控制的东西。比如说，我们的情绪受经济趋势的上上下下而起伏波动。在本书的撰写过程中，我们的“消费者信心”忽高忽低，总体趋势稍稍低于 2001 年股市崩盘前的巅峰期。我们目前的“扑克脸”有点难于读懂。一家报纸在报道我们当前极高的消

费者信心问题时，刊登了一篇解释“为什么无知即是有福”的文章，实在是相当生动形象。康纳尔大学心理学教授大卫·杜宁（David Dunning）认为，那些做事糟糕的人，往往比事情做得好的人表现得更自信。“这不仅仅是因为他们得出了错误的结论、做出了不幸的选择，”杜宁写道，“还因为他们的无能，使其没法认清现实。”研究表明，在逻辑、英语语法、幽默测试中得分最低的测试者，最有可能对自己估计过高。

从文化的角度来说，我们是在鼓励无知吗？我们是否错误地认为，只要我们继续找，最终总会在物质中找到同伴的赞许、自尊和意义呢？



第二部分 病因



第14章 原罪

我们既然两手空空地来到这世上，
也就必然两手空空地离去；
如果衣食可度日，我们应当满足。
富人落入诱惑，那是魔鬼为他们设的陷阱；
一切无用和危险的欲望，
将使人崩溃，走向毁灭。
渴求金钱，是一切邪恶的根源。

——提摩太前书

现在你已经了解了物欲症及其多重症状，你或许会问自己，我们是怎么走到今天这般田地的呢？物欲症的起源是什么呢？它是天生的吗，是人类本性的一部分吗？它是文化导致的吗？它既是天生又是后天培养的结果吗？在本书这个部分，我们试图回答这些问题。我们将逐条分析检疫或隔离这一病毒的早期尝试，解释这一病毒是如何适应历史的大步迈进，随着时间发生变异、毒性更强的。

为了更有效地与之战斗，我们认为有必要理解物欲症的病理。在研究这一问题的过程中，我们逐渐相信，物欲症并不是一种新出现的疾病。但在过去的几十年里，由于控制它的文化价值观受到现代广告的压力和技术变革的腐蚀，病毒的扩散速度超过了任何时期。

寻找 0 号病人

流行病学家在跟踪一种疾病的演变时，会寻找第一个已知的患者，并给他一个不体面的称呼，叫做“0 号病人”。比如说，艾滋病正式的“0 号病人”是一位死于 1959 年的南非人（虽然人们怀疑这一疾病早在 20 世纪 20 年代就出现了）。

谁是物欲症的 0 号病人呢？在某些宗教传统中，0 号病人有两位：亚当和夏娃。在伊甸园里，他们拥有了所需的一切，可他们还是违背了上帝的禁令，吃了禁果。所以《圣经》里的第一课就是，警告人们不要垂涎身外之物。实际上，贪欲是原罪。

一些进化论生物学家认为，由于原始生活的无常，积蓄成了人类的部分天性。原始人会在年成好的时候把食物存起来以备不时之需。他们幸存下来，并把积蓄的基因传给了后代。

因此，积蓄东西就像爱吃苹果馅饼一样，是人类的天性。

但另一方面，在现代人生活在地球上的99%的时间里，我们都过着狩猎—采集的生活。我们的问题在于，寻找食物的活动很快就把居住地区的水果、坚果、动物和其他可食用的东西弄个精光。所以我们常常被迫搬走，好让这些地区重新恢复生机。这个古老游戏的名字叫“迁徙”。迁徙不允许人们携带太多东西。因此简单的、没有物质负担的生活也是生存的要求。积蓄的遗传倾向原本有可能彻底消亡。



原始的富裕

狩猎—采集生活充满着危险——野生动物、事故、疾病、出人意料的敌人。婴儿身体虚弱，死亡率很高。骨头断了治不好。现代药物简直是神赐的礼物。

但石器时代也并不像我们所想像的那样悲惨。一些观察现存

“石器时代”文化的人类学家把它们称之为“原始的富裕社会”。对喀拉哈里沙漠的布希曼人部落的研究显示，现代社会限制了他们的活动区域，破坏了他们的生存环境。但在此之前，这些狩猎—采集者每个星期只需要花3~4个小时就能满足自己的基本生活需求。所谓的石器时代生活显然比我们现在的生活拥有更多闲暇。

加利福尼亚大学洛杉矶分校的人类学家艾伦·约翰逊（Allen Johnson）和他的家人，与一支名叫马奇根加的石器时代部落共同生活了两年。马奇根加人生活在秘鲁亚马逊雨林北部，以狩猎—采集为生，同时从事少量农耕劳作。艾伦·约翰逊说，他刚进入马奇根加部落时，背着一个巨大的提箱，装满了个人财物。“实际上，仅仅过了几个月，我们就学到了重要一课，那就是我们的大部分财物都可以省去。”约翰逊回忆说。“过了一阵子，这种只维持最低限度要求的生活让我们感到很舒服，我们开始觉得自己的其他财物也是完全多余的。我从马奇根加人那里了解到，我们完全能够过一种更为简单的生活。”

约翰逊发现，每天工作4个小时并不足以让马奇根加人过上原始的富裕生活，“人类学家，”他说，“可能把狩猎—采集生活描写得太轻松了。但毫无疑问的是，马奇根加人每天工作6~8个小时，完全能够满足自己的一切需求。马奇根加人最让我吃惊的地方是，他们总是知道自己拥有足够的时间。他们从来都不慌不忙。”

原始人的行事方式很温和，彼此之间的交流十分亲切，他们静静地观察周遭环境，从中感受愉悦，而且他们从不感到无聊。这一切让约翰逊觉得非常羡慕。

“在他们所做的事情里，似乎存在着一种满足感，”约翰逊说，“光是看着他们工作，就令人十分愉快。他们宁静安详，生理上很舒

适。他们缝纫、织布，或是做个箱子、造一张弓、打一支箭。他们做得非常享受，就好像我们沉浸在爱好或艺术中一样。没有时间压力。”

“晚上他们常做的一件事，”他观察说，“是围坐在一起讲故事。夜晚降临，你路过马奇根加人的房子，可以从墙壁的缝隙往里看。你能看见闪闪的火光，听见人们讲故事的轻言细语。如果男人是猎手，他会在故事里描述周围的景象、声音和气息。他们还会讲民间故事。我翻译了其中一部分，都很美，是真正的文学作品。”

回到美国

和许多旅行者一样，在与这些所谓的未开化或原始民族生活了一段时间之后，约翰逊很难重新融入美国充满物质财富的紧张生活。路过一家超市摆满糕饼盒的走廊时，他受到了文化上的冲击，他想：“富裕到底表现在什么地方呢？这真的是进步吗?”

对于刚刚回到洛杉矶的约翰逊来说，这里的生活简直是超现实主义。虽然有着各种各种的玩具和活动，孩子们却还是老抱怨无聊。他遇到的人总是很忙，又总是对生活不满意，他们疯狂的工作和消费，就仿佛是为了填满“一个大洞或是空虚什么的”，他在马奇根加人里从未遇到过这种情感状态。

约翰逊并没有把马奇根加人的生活浪漫化。由于常常死于热带疾病，他们对生活的期待很低。但他们和物欲症毫不沾边。

所以，物欲症并不是“人类本性”。但在农产品充裕、允许长期定居、实现了阶级分化并开始城市生活的社会里，我们很容易发现它的早期传染迹象。在这类文化里，政治和经济阶层已经活跃起来，随

着他们的日益富有，社会上层成员开始压迫穷人，征服邻国。但所有文明社会——无论是东方还是西方——的先知传统，都对感染了物欲症（虽然人们并不这么称呼它）的人提出了强烈谴责。“小心贪欲，这是一种不可治愈的恶疾。”古埃及谚语这样说。而佛教认为，欲念是痛苦的根源，克制欲望则是通往幸福和教化的光明大道。

道德解毒剂

希伯来先知们反对压迫穷人和弱者以聚敛财富的人。关键是适度：“（求你）使我也不贫穷也不富足，赐给我足够即可。”旧约箴言篇中说。每个星期的安息日不得从事任何赚钱的活动，以此维持圣洁。伟大的犹太学者亚拉伯罕·赫歇尔（Abraham Heschel）写道，“每个想要迈入这神圣日子的人，必须先放下一切亵渎神的经商琐谈，平息攫取的疯狂欲望。”写于公元前 700 年的《旧约·申命记》，反对人们浪费东西——浪费是追求物质的必然结果。犹太学者丹尼尔·施瓦兹（Daniel Schwarz）评论说：“浪费创造物，就等于是藐视上帝。”

古希腊人同样向物欲症发出了警告。“简单是一个古代的、甚至可以说是一个原始的理想。”《简单生活》（*The Simple Life*）一书的作者，费尔曼大学的现任校长，历史学家大卫·史（David Shi）这样说：“希腊人常常说‘中庸之道’，也就是处于奢华与赤贫的中间。”亚里士多德极为反感那些“试图攫取用不完的身外之物、缺乏灵魂美德的人。”

与此相反，他认为幸福会降临到“那些重视培养自己至上个性与思维、对身外之物保持适当限度的人”身上。“亚里士多德是第一

个发现货币边际效应递减的人，”哲学家杰罗姆·瑟格尔（Jerome Segal）写道，“他认为，钱越多，给所有者带来的益处就越少，一旦超过某个界限，拥有越多反而毫无价值，甚至可能有害。”

“无限制的财富，”亚里士多德说，“就是极度的贫穷。”而希腊非主流的斯多葛学派和犬儒学派，对物质主义的批评更尖锐。罗马哲学家塞涅卡（Lrcius Annaeus Seneca）是斯多葛学派的信奉者，他对自己国家的文化提出了质疑：“茅草屋顶下住着自由人；大理石和黄金下栖息着奴隶。”

根据《新约圣经》研究者伯顿·马克（Burton Mack）的看法，早期基督教的教义，和希腊犬儒学派追随者爱比克泰德（Epictetus）、提奥尼斯（Diogenes）等人的思想存在很多共同之处。犬儒学派生活简单，并对富裕同辈的习俗文化加以嘲笑。两千多年前，他们的思想在整个地中海地区得到了广泛的流传。

但对初始的物欲症，最强烈的谴责或许来自耶稣本人。他不断警告人们提防财富的危险，断言财富是人进入天堂之国的最大障碍。骆驼钻针眼也比富人进天堂要容易，他对门徒们说。耶稣告诉想要追随他的富人，变卖掉财产，把钱分给穷人。“要是拥有的财富太多，总会不幸地离开人世。”

不要积蓄珠宝，耶稣说。宁愿像一无所有的飞鸟和鲜花。上帝会照料它们，所罗门王所有的辉煌也比不上它们的美。耶稣最早的门徒和信奉者生活在简单的小团体里，共同分享一切，鼓吹“爱财是万恶之源”。

基督教神学家（兼环境科学家）加尔文·德威特（Calvin DeWitt）说，我们现代的消费哲学刚好把圣经教义颠了个个儿：“消费越多，你越快乐。怀着对一切的不满，你就会继续争取得到更多。这就

是我们听到的信息。但圣经的教导是，对拥有的一切感到满足，尊敬神，照顾神的创造物，把面包分给饥饿的人。快乐将伴随着奉献而来。你看看这些教义，再把它们所反对的内容写出来，你会发现，你描述的就是我们当前的消费社会。”

文化的冲撞

1877 年春天，一支狩猎部落的著名领袖，洛可他·苏族（Lakota Sioux）的酋长塔坎卡·尤塔卡（Tatanka Yotanka，白人叫他“不动摇的公牛”）站在南达科他草原的大风里，向围在他身边的族人致辞。他感谢四季的变化，大地赐予的慷慨。但他警告族人，“有另一个种族，我们的父辈最初遇到他们时，他们尚弱小无力，但现在却变得强大而傲慢。”他描述白脸孔的男男女女来到这块土地开矿耕作，还带着一个人，专门宣传众生友爱、和平、善意、善待穷人、不为世间财富所累的生活（试图让印第安人转变信仰）。

但尤塔卡观察出，有些东西显然在翻译中被有意忽略了，“这些人制定了很多规章，富人可以不遵守，穷人却不得违背。他们宣称我们共同的大地母亲，只属于他们自己，用围栏赶跑他们的邻居；他们用自己的建筑和垃圾让她蒙羞。他们的国家就像是一条在春天泛滥的河流，淹没了两岸，消灭掉一切拦住它路的人。我们不能再在一起居住。”

对于这些白色的入侵者，尤塔卡说，有一件事是确定无疑的：“对财产的热爱是他们的一种恶疾。”如今他或许会把这种恶疾叫做“物欲症”。要是能回到当年，他大概会发现，即便是在白人之中，也有人和他同样害怕这种疾病。

第15章 微不足道的预防工作

人类世界的贬值，和物质世界的增值有直接的联系。

——卡尔·马克思，《1844年经济学哲学手稿》

（*Economic and Philosophical Manuscripts of 1844*）

正如马克斯·韦伯评论说："挣更多钱的吸引力再大，也比不上少干活。"

显然，这是前物欲症时代的情况。

因此，像卡尔·马克思反复指出的那样，雇主们只支付最低限度的工资，让员工们不得不为了维生而长时间地工作。对于个别雇主来说，这种贪婪是理性行为，但它却破坏了整个资本主义工业。员工们缺乏购买力，生产过剩定期发生，从而破坏了整个工业。

"在商业危机期间，"1848 年，马克思和恩格斯在《共产党宣言》（*The Communist Manifesto*）里写道，"不仅总是有很大一部分制成的产品被毁灭掉，而且有很大一部分已经创造出的生产力被毁灭掉。社会突然发现自己回到了一时的野蛮状态。资产阶级用什么办法来克服这种危机？一方面不得不消灭大量生产力，另一方面夺取新的市场，更加彻底地利用旧的市场。"

马克思对物欲症的态度

这种"更加彻底地利用"是如何实现的呢？最有效的方法，就是把潜在消费者暴露到物欲症的病毒中去。当然，马克思从未使用过这一术语，但他在《1844 年经济学哲学手稿》中描述了这个过程，这是一段值得我们详细引用的天才式总结。"过剩和过度"成了经济的"真正标准"，马克思写道：

生产和需求的膨胀，对野蛮、堕落、不自然和虚构的欲望，构成了一种具有独创性的、永远都在算计的好处。每一种产品都是诱饵，人们试图依靠它引诱另一个人的精髓，他的钱。每一种真实或潜在的需求，都是一种弱点，能把鸟儿拉入陷阱。企业家挑逗起邻人最堕落

的幻想，在他和他的需求之间拉起了皮条，唤醒了他不健康的欲望，观察他的每一个弱点，好让他心甘情愿地工作。

这段写于161年前的话，精确地形容了现代广告的诸多特点，它们确实刺激起了“虚构的欲望”，不断使用性来推销产品，而且，就像第7章里描写的电脑游戏广告，“膨胀的儿童们”投入了“最堕落的幻想”。

任意支配的时间

马克思认为，“强制工资平等”同样不会带来幸福。幸福只有在人们处理好与他人的关系、开发自己创造性表达的能力时才能实现。“富有的人，”他写道，“就是需要有完整生命表现的人。在这样的人身上，他的自我实现表现为一种内在的必然性，是一种必需品。”他相信，“太多有用的商品只会造就太多无用的人”。

当然，马克思完全明白，人类必须得到足够的健康食品、得体的住处和衣物。他相信，大规模生产让每个人都能够实现这些目标。而要这么做，每个人必须从事一定量的非创造性重复劳动。马克思认为，“自然必然领域”的生产，每天至多4个小时就足够了——他和恩格斯还估计，这个数字会继续减少（即便是在19世纪中叶）。

通过提高劳动生产率，满足真正的物质需求的工作时间还可以进一步减少，“但自然必然的领域将永远存在。除此之外，就是发展人的能力，它的终点指向真正的自由领域。”这时，人们大量从事自我选择的各种活动。在自由的领域里，马克思补充说，“缩减劳动日时间是其先决条件。”

“如果一个国家的工作日是6个小时而不是12个小时，那它便是

一个真正富裕的国家，”马克思写道，他欣赏地引用了一位不知名的英国作家 1821 年所写的文章，“财富指的是自由——寻找娱乐的自由，享受生活的自由，思想进步的自由：它就是任意支配时间，别无其他。”

朴素的梭罗

此时，在大西洋对岸的美国，正发起着一场对工业化及其无休止的掠夺提出类似批判的运动。参加这一运动的人自称先验论者，崇尚靠近自然的朴素生活，并根据其原则，成立了布鲁克农场（Brook Farm）和福卢特兰（Fruitlands）等共同公社。

人们最熟悉的是亨利·大卫·梭罗（Henry David Thoreau）。1845 年，他在波士顿附近的瓦尔登湖岸边，动手修建了一座单间小木屋。“简单，简单，简单，”在《瓦尔登湖》（*Walden*）一书里，他写道，“生活里大多数的奢华品和很多所谓的舒适品，并不是什么不可缺少的东西，相反，它们妨碍了人类步入崇高。”

在《没有原则的生活》（*Life without Principle*）中，梭罗已经产生了对物欲症的抗体，他进一步批评了不断攫取的工业社会特性。和马克思一样，梭罗相信，真正的财富意味着有充分的时间，从事自己选择的创造性活动，他认为每天花一半的时间劳动，完全可以获得足够的物质必需品。“如果我像大多数人那样，把自己的上午和下午都卖给社会，我敢肯定，生活也就没什么值得过的了。”梭罗这样写。

让我们想想自己度过生命的方式。世界是一个生意场。无穷无尽的匆匆忙忙，永远没个安宁日子。见到有空的人简直是无上的荣耀。除了工作、工作、工作，再无其他。我连买一个空白本子书写思想也

难以做到；它们一般都受着钱的统治。我认为，没什么比得上这种无休止的生意——甚至连罪恶也比不上它——更反对生活本身的诗意和哲学。

如果一个人因为喜欢树林，每天在树林里度过半天时光，那他很可能被人看做是流浪汉；可要是他全天做个投机者，锯光树林，让大地光秃秃，人们却把他看成是勤勉进取的好公民。

梭罗的这些话，很像是在描述我们今天的情况：为了偿还垃圾债券，企业投机者们锯光整片繁茂的红杉树林。

对马克思、梭罗以及19世纪的其他许多哲学家来说（人们再三引用他们的话，但更常对他们视而不见），缩短人们干活的时间、让人们有更多闲暇可从事自我选择的活动，这才是工业发展的正当目的。

要是让这些哲学家们来选，是拥有更多的时间，还是更多的钱？他们会选前者。梭罗到瓦尔登湖隐居，距离现在刚好一个世纪。正如本书下一章所述，在这100年间，美国人对这个选择展开了大范围的激烈争论。突然之间，辩论划上了句号——人们选择了更多的钱。但我们不应该忘记前人曾经做过的努力。

第16章　未曾选择的道路

我们想要面包，也想要玫瑰
——还有，闻那花香的时间。
——马萨诸塞州劳伦斯的女纺织工，1912年

南北战争的惨剧过后，美国出现了另一种新的冲突。它表面上无声无息，但影响却更为深远。诗人罗伯特·弗罗斯特（Robert Frost）在《未曾选择的道路》这首有趣的诗歌中说，美国人面前出现了两条路，在持续了近一个世纪的优柔寡断之后，我们选择了其中之一，“从此一切变得大不相同”。

19 世纪的美国人更尊敬节俭而不是挥霍，对他们来说，“消费”这个词有着不同的意思。杰里米·里夫金解释说，“要是你去翻翻塞缪尔·约翰逊（Samuel Johnson）① 编撰的英语字典，消费这个词的意思是耗尽、掠夺、损毁、破坏。实际上，我们祖父母那一代人，还把肺结核叫成‘消耗病’②。因此，直到20 世纪初，做一个消费者都不是什么好事；人们认为这是件坏事。”

工厂制度极大地缩短了生产产品的必要时间。因此，新的矛盾产生了：如何分配所有的时间呢？一些人建议我们制造更多的东西；另一些人则认为我们应当减少工作。**奢侈，还是简单。金钱，还是时间。**

懒惰的权利

大西洋对岸也在酝酿一场类似的争论。1883 年，马克思的女婿保罗·拉法格尔（Paul Lafargue）在一所法国监狱中写出了一篇煽动性文章，名为《懒惰的权利》，向“制造更多、拥有更多”的道德规

---

① 塞缪尔·约翰逊是英国历史上最有名的文人之一，集文评家、诗人，散文家、传记家于一身。——译者注

② 原文是 consumption，在英文中，除了“消费”的意思，它还表示“肺病”、“痨病”，暗示着身体的逐步损耗。如今这个意思在科学上已经不再采用。——译者注

范提出了挑战。拉法格尔嘲笑工业家们“走入人们在太阳下闲逛的快乐国度”，“修铁路、建工厂、进口工作的诅咒”。

拉法格尔认为，懒惰是“艺术和美德之母”，他觉得工厂的生产效率很高，每天只需劳动 3 个小时就能满足真正的需求。和马克思一样，他指出，中世纪的法律赋予员工很多节日，为了表示对圣人的敬意，在这些日子里不得工作。因此，工业家们自然偏爱新教（和它的劳动伦理），因为它“驱逐了天堂里的圣人，只为废除人间的节日。”

在同一时期的英国，诗人、艺术家、散文家、莫利斯安乐椅①的设计者威廉·莫利斯（William Morris）认为，在工厂体制下，“无数的人被愚蠢和贪欲所驱使，制造有害而无用的东西。”他写道，“大量的工作”被用于制造“商店橱窗里摆的一切，让人为难又多余。”莫里斯恳求道，

我请求你们想一想，这些中看不中用的废物占据了那么多的人，从工程师——他们被迫设计制造废物的机器；到无助的小职员——他们年复一年地整天呆在可怕的小屋子里，坐在椅子上，办理交换废物的批发买卖；到贩卖废物的店员——他们不敢去认领自己的灵魂。还有闲散的公众，他们不想要废物，他们受废物所苦，他们对废物厌倦之极，可却非买不可。

“未来的美好生活，”莫里斯说，将完全不同于自己同时代富人们的生活。他主张，“自由的人，必然是过着简单的生活，享受简单的愉悦。”他认为正派而富裕的生活需要“健康的身体、活跃的思想，适合身体健康和活跃思想的职业以及适于居住的美好世界。”

---

① 一种大的带有扶手、可调节后背和可活动椅垫的休闲椅。——译者注

简单生活

回到美国，百货公司等新公共机构推动着大量消费的生活。“城市里的百货商店出现于19世纪80年代，”历史学家苏珊·斯特拉瑟（Susan Strasser）说，“它基本上创造出了一种人们乐意去迷失自己，同时花光钱的地方。”到19世纪90年代，富有的美国人骄傲地展示象征自己成功的物质符号，把物欲症别在他们的胸口上——你或许会这么说，但并不是每个人都受此影响。

“19世纪末，大多数美国人都喜欢简单的生活，”历史学家大卫·史说：“西奥多·罗斯福就是当时美国最著名的简单生活倡导者。他曾明确地表示，尽管他全力支持美国资本主义的发展，但他害怕这会最终导致文明的堕落。”在《简单生活》这本绝妙的书里，史还提供了其他一些例子来说明上个世纪之交（指19世纪末20世纪初）人们对简单朴素的向往。当时，连美国最畅销的杂志《仕女居家月刊》（*The Ladies' Home Journal*）也提倡简单朴素。

缩短工时运动

即便是工会组织，也尚未接受所谓“良好的生活就是商品的生活，进步的里程碑就是制造东西”这样的定义。实际上，在长达半个多世纪的时间里，工会的首要日程是缩短员工的工作时间。1886年，成千上万名员工聚集在美国各大城市里，要求将法定标准工作时间定为每天8小时。1938年，《全国劳工关系法》正式规定了每天8小时、每周40小时的工时标准，罢工活动才告一段落。然后，工会

领袖们开始争取 6 小时工作日。他们认为，这不仅是经济上的需要，也是精神上的需要。

“人类在休息上的价值，比其经济意义更重要。” 1926 年，美国劳工联合会主席威廉·格林（William Green）写道。格林宣称，现代工作是“无意义的、重复性的、乏味的”，“不能满足人们的精神需求”。“精神和智力的更高发展，”必然要求更短的工作时间。副主席马修·沃尔（Matthew Woll）控诉现代生产忽视了“更高质量的生活。不幸的是，生产的物质至上主义，控制了我们的工业生活。它毫不注意人类身体、思维或精神生活的发展。”

国际女装员工联合工会的教育部长朱丽叶·斯图尔特·波尔内兹（Juliet Stuart Poyntz）认为，员工们最想要的是“成为人的时间”。“员工们早已宣告，”她评论说，“再高的报酬也不能交换自己的人生。”“工资，不管有多高，”也不如员工们所需要的时间重要。

消费的福音

但 20 世纪 20 年代的产业领袖们自然有他们自己的消费福音。他们相信，缩短工作时间，就是让整个资本主义制度下跪。哈佛经济学家托马斯·尼克松·卡弗（Thomas Nixon Carver）警告说，增加空闲时间对商业有害：

我们没有理由认为，更多的空闲时间能提高人们对商品的欲望。空闲时间很可能会用在培养艺术情操和优雅的生活上；访问博物馆、图书馆、美术馆，或是参加徒步旅行、竞技比赛和其他廉价的娱乐上。它会削弱人们对物质商品的欲望。如果它使人们从事更多园艺活动、做更多家务事，比如制造、修补家具、油漆粉刷房屋，以及开展

其他有用的个人爱好，它就会导致工业制造产品的需求下降。

你或许会说，它也可以减少物欲症。而卡弗先生显然不喜欢这样。

1913年，T型车从亨利·福特的汽车装配线上涌进市场，紧随其后的是大量丰富的物质产品。企业想方设法要把它们卖出去——同时推广消费的经济福音——于是广告行业为了推动产品的销售，开始深入观察——它们如今仍然在观察——人们的心理。

"要把他们的梦想卖给他们，"1923年，一个广告宣传者告诉费城的商人们，"把他们渴望、期望、拼了命都想要的东西卖给他们。为了卖给他们帽子，你得朝他们喷洒阳光。要卖给他们梦想——对乡村俱乐部的梦想，对正式舞会的梦想，对尚未发生之事的美好愿景。毕竟，人们买东西并不是为了拥有东西。他们是买希望——希望你的产品能为他们效劳。把这种希望卖给他们，你就再也不用发愁怎么卖给他们产品。"

美国工业的首脑们断定，人们的欲望是贪得无厌的，因此商业机会是无穷无尽的。在20世纪20年代，他们的富裕福音招揽了大量信徒。世界第一个大规模消费社会在快节奏的舞蹈中降临了。现金收纳机叮叮当当地响着，股市一鼓作气地暴涨——更高、更高、更高——就像是20世纪90年代。有些人以为它会一直这么涨下去，永远不会跌。

大萧条期间的缩短工时

到了1929年10月的耶稣受难日①，股市崩盘了。"华尔街彻底

① 指的是复活节前的星期五。——译者注

玩完了。"《综艺》(*Variety*) 杂志的头条消息宣告说。百万富翁一夜之间成了叫化子，跳楼的不可计数。等待分配救济食品的人排起了长队。无数的人丢了工作，"好朋友"之间连一个子儿也借不出。由于太多的人失业，缩短工作时间——"工作共享"——的念头重新流行起来。连赫伯特·胡佛 (Herbert Hoover)① 都把缩短工作时间看成是创造更多工作岗位的最快方法。

威廉·格林这些工会领袖再次要求"在工厂里实行每天 6 小时、每星期 5 天的工作制"。1933 年 4 月 6 日，国会传出消息，美国参议院刚刚通过一条法令，正式规定美国一星期的工作时间为 30 小时。你可以想像工会领导者们听到这个消息时有多兴奋。只要超过 30 小时就视为加班。30 小时。距离人们最初提出这个要求，时间已过去了将近 70 年。

但该法令被白宫的少数票否决了。罗斯福总统反对它，因为他相信联邦的就业发展计划——新政——能为减少失业率、保持工业强势发展提供一条更好的途径。

但一些行业已经采纳了 30 小时工作周制度，而且获得了极好的效果。1930 年 12 月谷类食品大亨凯洛格 (W. K. Kellogg) 第一个采取这种做法。凯洛格是个家长式作风的资本家，经营公司全靠自己的一双铁手腕。但他有一套激进的理想。本杰明·汉尼华特 (Benjamin Hannicutt) 说，在凯洛格看来，休闲时间，而不是无休止的经济发展，才代表着"资本主义最高成就的美丽花朵"。凯洛格会有这样的想法，是因为他对自己僵化刻板的童年、对自己沉溺于长时间的工作感到很悲哀。"我从来没学过如何玩耍。"他曾分外遗憾地对孙子说。

---

① 美国第 31 任总统。——译者注

凯洛格允许员工每周工作30小时，却付给他们35小时的工资。他还为员工修建公园、夏令营、自然中心、果园、运动场和其他娱乐设施。凯洛格的工厂设在密歇根州的巴特克里，这套方案立刻为当地创造了400份新工作。短短两年之内，生产效率有了大幅提升，凯洛格能为工作30小时的员工提供相当于他们从前干40小时的工资。20世纪30年代对凯洛格的员工们进行的民意调查显示，每星期30小时的工作制度获得了压倒性的支持率；只有少数男性希望工作更长时间挣更多钱。

重返8小时工作日

但在凯洛格过世后，公司发动了一场长期战役，恢复了40小时的工作周。原因只有一个：利润。利润构成了员工工资的很大一部分，因此，明智的办法自然是雇佣更少的员工，并让他们工作更长时间。可直到1985年，凯洛格的30小时工作周还并未完全废止。于是公司威胁说，如果剩下的每星期只工作30小时的员工（占全公司人数的20%，几乎全是女性）拒绝延长工时，该公司就要撤离巴特克里。女工们在当地酒吧“斯坦之地”为30小时工作周（连同一具棺材）举行了葬礼。艾娜·塞兹（Ina Sides）写了悼词：

再会了，老朋友，噢，6小时工作日。

这真令人忧愁，可又真没办法，

现在你走了，我们如此沮丧。

拿出维他命吧，给医生打个电话，

因为我们全都得了8小时工作病。

在撰写《凯洛格的6小时工作日》（*Kellogg's Six-Hour Day*）一书

时，汉尼华特在巴特克里采访了很多前凯洛格公司员工。大多数人怀着深深的敬意回忆起原来的 30 小时工作周。他们记得自己曾愉快地度过自己的闲暇时间——做园艺、学手艺、练习业余爱好、做运动、积极参与社区生活。“工作完成之后你没那么累，”一位男士说，“你还有精力干点其他的。”

查克·布朗查德（Chuck Blanchard）和乔伊·布朗查德（Joy Blanchard）夫妇都曾在该工厂工作。他们记得，早在妇女解放运动诞生之前，查克就在家照顾孩子，是学校里著名的“家庭妇男”。他们还记得，恢复每周 40 小时的工作制度之后，巴特克里的志愿工作者减少了，犯罪率却升高了。布朗查德夫妇说，他们的生命虽所剩无几，但由于有了充分的休闲时间，他们的生活过得比如今的年轻夫妇更幸福。年轻人拥有的东西虽多，可却似乎从没有过享受的时间。

不管是此前还是此后，普通的美国产业员工都未能沿着“另一条道路”——拥有更多时间，而不是更多的钱——走得更远。汉尼华特认为，从这个角度来看，凯洛格的员工们开拓了一块美妙的新大陆，所有的美国人原本都有希望到达那里，可惜第二次世界大战的爆发——它要求大规模输出国内劳动力——中断了这个尝试，并永远地关上了那道门。现在，很多人都无法相信：半个多世纪以前，在美国的一角，全职员工每周只需要工作 30 个小时。可这的确发生过。如果我们希望控制物欲症，我们应该让它再次发生。

第17章 物欲症的时代

广告，前所未有地割裂了我们这个时代与历史的联系。

——保守经济学家威廉·卢卜克 (Wilhelm Ropke)

在未来，你所看到的一切空间、听到的任何声音，都会打上商标。

——瑞吉娜·凯莉(Regina Kelly)，
盛世长城广告公司策略规划总监

在 20 世纪 80 年代，没有哪个行业的发展能像广告那么快。以下这个不为人知的事实足可证明它的重要性：麦迪逊大道[①]上的房地产价格是整个地球上最贵的。那里小小的 1 平方米——比一张床的面积还小——每年的租金竟然高达6 500美元！

广告狂

广告最初的目的就是传播物欲症，这根本算不上什么秘密，连它最热心的拥护者也经常以不同的字眼指出这一点。《芝加哥论坛报》（*Chicago Tribune*）的营销总监皮埃尔·马蒂诺（Pierre Martineau），早在 1957 年就说过，“广告最重要的社会功能在于，把个人和美国当前的高速消费经济结合起来。”“普通人并不会自己制造什么东西。”马蒂诺在他经典的教材《广告中的动机》（*Motivation in Advertising*）中写道，“他需要购买一切。在很大程度上，广告创造出的欲望，使得他的购买速度一步步提高。而我们的经济，则需要适应他不断提高的购买速度。”说这句话的，并不是广告批评家，而是一位声名卓越的广告从业者。

“我们美国人的生活水平是世界上最高的，”马蒂诺继续说，“因为我们的生活标准最高，同时意味着我们的期待最高。对于广告创造出的欲望，以及由此派生的永不停息和永不满足感，只有知识分子才会觉得痛心疾首，还有一些人想要对这个过程加以限制。但除此之外，事情很明显：我们整个社会体制的健全，无不依赖于广告带给消费者不断想要的动机。”如果皮埃尔·马蒂诺仍然在世，他一定会为

① 纽约一街道名，为美国广告业中心。——译者注

当前广告带给消费者不断“想要”的动机感到骄傲。

如果，像那条古老谚语所说的，“一个人的家就是他的城堡”，那么麦迪逊大街就有着无数的攻城锤。现在报纸2/3的空间都献给了广告。我们收到的邮件有一半都是卖东西的。

动机的高昂成本

你可以把它叫成沙发土豆枯萎病。美国人一辈子平均要看整整两年的电视广告。一个孩子在20岁以前大概会看100万条广告。现在人们花在广告上的时间更多了——在商业电视台里，每半个小时的节目就要插播10分钟广告，而20年前是6分钟。广告的数量也更多了——这要归功于更快的剪辑速度（为了打击那些用遥控器选台的人）以及广告的时间成本增加，缩短了每一条广告的平均长度。

广告显然是很贵的：一般一条30秒全国性电视广告，制作成本高达30万美元——也就是说，每秒1万美元！与此相比，电视黄金时段一小时节目的制作成本也就是30万美元，也就是每秒83美元。商业广播电视台的节目制作费更高，但还是没法跟制作广告的成本相比。所以，有人说广告是电视里最好的东西，不足为奇吧？

除此以外，一家公司的广告要在全国黄金时段的节目中播出，还要花上几十万。实际上，橄榄球超级联赛中的30秒钟广告位，卖价是160万美元。广告，这种物欲症病毒的最主要载体，每年能创造出2 170亿美元的价值，它的增长幅度，比全国经济的平均增长率高两倍多。

而且，广告确实能带来回报。1997年国家公共广播电台的斯科特·西蒙，在马里兰州的一家购物中心采访在此购物的青少年，问

他们买些什么。他们报出了一长串品牌名称。最近的一项调查显示，普通的美国人只能认出不到 10 种的植物，但能辨认出上百种企业商标。

欢迎来到商标乌托邦

为了创造需求，商人们到处安放广告信息。如今，户外广告已经成了一个年营业额 50 亿美元的产业（并以每年 10% 的速度增长），单是花在大型广告牌上的钱，就有十多亿美元。“户外广告现在热火朝天，”《广告时代》（*Advertising Age*）报道，“只是能用的空间太少了。”

在约翰逊总统夫人发起的“美化美国”运动过去 35 年之后，美国风光里出现的广告牌越来越多。广告批评家劳里·玛努把它们称做“狗屎搅坏了汤”。“从广告商的角度看来，广告布告牌简直是完美，”她说，“你不能把它们关掉。你不能用遥控器控制它们。”

玛努指出，连厂商们自己也说，广告环境变得太“嘈杂”，所以聪明的推销员不断寻找放广告的新地方。比如，像我们说过的，学校就是一个目标，接触它的方法数不胜数，比如在数学书里印上公司的商标：“如果乔买了 30 块奥利奥饼干，然后吃了 15 块，那他还剩下多少块?”当然，书里还会印一幅大大的奥利奥饼干的照片。出版人大概还想再添上一个问题：乔有几个龋齿洞?

正如玛努所说，好莱坞电影也会按价格高低安置产品：“给 10 000美元，产品就能出现在电影里，给30 000美元能让某个角色拿着它。在《抢钱世界》（*Other People's Money*）里，演员捧着一盒子油炸圈饼，对着镜头说，‘要是我连邓肯麦圈都指望不上了，我还能

指望谁呢？’”

“广告渗入了我们社会的每一个角落，”和玛努合著《营销狂》（*Marketing Madness*）的迈克尔·雅各布森说，“你观看体育比赛的时候，你会看到运动场里的广告。你会看到运动员们穿着带商标的运动衣。你会看到公共休息室里的广告。一些警车上有广告。高尔夫赛道的球洞上也有广告。还有很多人成天苦苦思索着，该在哪个从前没人放过广告的地方放广告。”

丹尼尔·史福林找到了一个这样的地方。他开了一家名为“汽车广告”（Autowraps）的硅谷公司。驾驶员们开着车，就像是活动的户外广告板和广告商标。史福林付给车主每月 400 美元，并用卫星跟踪他们，确保他们开着车出现在目标受众能看见广告的地方。每个月他们至少需要开1 000英里。小贩们，发动你的引擎吧。



商人们的月球

迈克尔·雅各布森说，投放广告最极端的点子，“是提议向外太空发射一块广告板，它能够投射出月亮般大小的商标，地球上的每个人都能看到。”

当月亮像块大比萨饼一样布满天空，那就是——达美乐牌比萨！请想想看：在一个浪漫的晚上，我们漫步在满是商标的月光下……

当然，到目前为止，在外太空布满商标的点子还只是广告商的白日梦，但雅各布森说，“到哪里才有个限度呢？也许太空算是个限度。可在地球上，我们愿意接受任何东西的广告。”

在物欲症的年代，商业主义的最大扩张或许发生在互联网上。广告像蘑菇一样嗖嗖地出现在信息高速公路上。虽然和全美广告总额比起来它还不算太多，可根据美国交互广告署（Interactive Advertising Bureau）和普华永道会计师事务所的数据，花在互联网上的广告费从 2003 年第 2 季度到 2004 年第 2 季度飞升了 43%。当然，这还没包括让我们每个人气得抓头发的垃圾电子邮件增多现象。昔日教育者的伊甸园变成了推销者的天堂，电子商务吸引了数以亿计的投资和广告费。

超级重商主义

在我们这个超级重商主义的时代，形象到处都是，而且“形象就是一切”——这是网球明星安德烈·阿加西在一个太阳镜广告里说的话。广告形象的日夜轮番轰炸，让我们对自己和生活伴侣的外表

永远感到不满意。“广告鼓励我们用物质手段满足非物质需求，”玛努说，“它告诉我们，买了他们的产品，我们就能获得爱情和尊重。它还告诉我们，不买他们的产品，我们就得不到爱，得不到接受。”要得到爱和接受，必须拥有正确的形象。真是糟糕透顶。

苏珊·法鲁迪（Susan Faludi）说，我们生活在一个装饰性文化里，“它鼓励人们扮演毫无实际作用、纯属装饰性和消费性的公众角色。”

“围绕着名人和形象、魅力和娱乐、营销和消费至上主义，”法鲁迪写道，装饰性文化“显然会把我们带进一条死路。它的本质并不仅仅是推销行为，而是推销本身。在这个追求的过程中，每个人都成了独立的销售代表，专向自己推销形象。”

回到 1958 年，著名的保守派经济学家和自由市场体制的坚定捍卫者威廉·卢卜克警告说，20 世纪将成为“广告时代”（参见图 17—1）。他担心，如果人们允许商业主义“在自己的范围内掌握并撼动社会”，将给我们带来多方面的惨重损失。卢卜克信奉推销的重要性，但他也说，“每一个礼貌、善意或亲切的动作，我们都会怀疑其背后是不是隐藏着什么动机。”这就造就出一种互相怀疑的文化。

“商业主义的诅咒在于，它使得市场的标准渗入了各种并不属于供求关系控制的领域，”卢卜克接着说，“这损害了人生的真正目的、尊严和趣味，从而使得人生变得越发的丑陋、低级和枯燥。想一想母亲节吧。广告专家们把这种最温柔最神圣的人类关系，变成了一种推销的手段，用于推动商业之轮。”

卢卜克断言，只有限制商业主义的发展范围，才能让自由市场体制继续为大多数人的利益服务。如果不加控制，我们这个时代的极端商品化，“必将按照其盲目的扩张原则，破坏自由经济。”

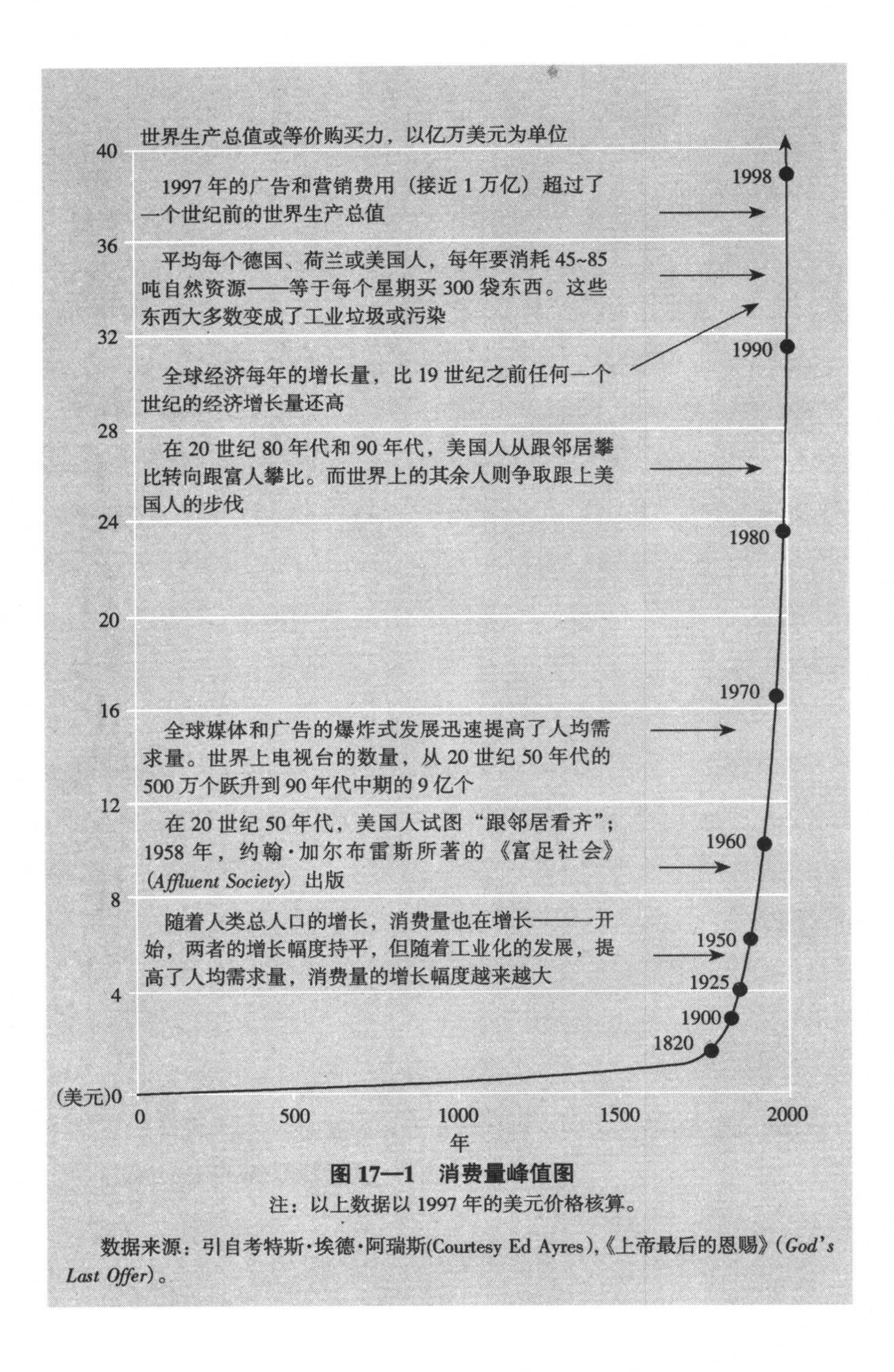


图 17—1　消费量峰值图

注：以上数据以 1997 年的美元价格核算。

数据来源：引自考特斯·埃德·阿瑞斯(Courtesy Ed Ayres)，《上帝最后的恩赐》(*God's Last Offer*)。

第18章　屋子里有真正的医生吗

我们已经把信息变成了垃圾的一种形式。

——内尔·波斯特曼(Neil Postman)

公共关系行业的重点是管理人们的义愤，而不是风险。

——莎伦·比德尔(Sharon Beder)

如果我们忽视疾病的症状，结果会怎样呢？病情一般都会恶化。这也就是物欲症逐渐蔓延到整个星球的原因。虽然类似过剩压力、资源枯竭和社会创伤等症状明明白白地摆在面前，可我们故意不去看它——我们一次一次翻来覆去地说，市场自然有办法。但市场真的有办法吗？

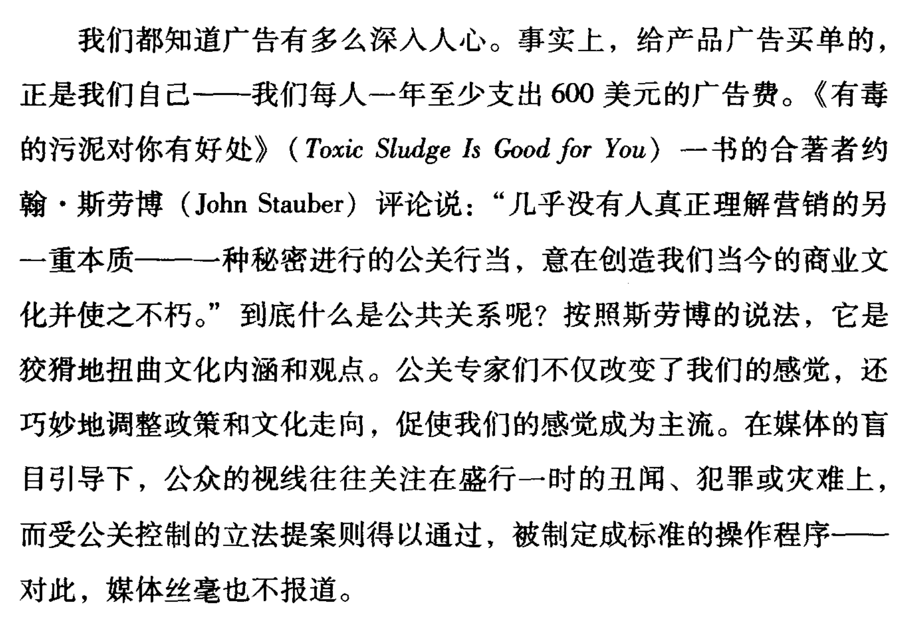
作家兼“广告克星”凯利·拉森（Kalle Lasn）举过一个例子，假设郊区的豪宅后院正举行着一场盛大的婚礼宴会。宴会流露出一股子富裕和“美好生活”的劲儿：音乐很棒，人人热烈起舞。问题在于，大家跳舞的地方，正好在一套陈旧的供水系统上面，于是水管爆了。“没处理过的污水漫进了草坪，”拉森写道，“都快淹没大家的鞋了。即便有人注意到了这一点，也没人说出来。纸醉金迷，歌舞升平，直到最后有个小男孩说，‘闻着真臭！’这时，人们才突然发现，自己的整个脚脖子都陷进粪坑了。”

到底有多少美国人已经被物欲症害得喘不过气来，可却依然矢口否认呢？“对一切了若指掌的人显然认为，最好的做法是忽视臭味，继续跳舞。”拉森这样断定。与此同时，本该对当前局势负责的公司承认水管爆了，但却竭力试图说服我们一切安好，无需担忧。

一些趋势观察家认为，目前至少有4 000万美国人为抗击物欲症做好了治疗准备。但我们该找谁咨询呢？外面夸夸其谈的冒牌医生太多了。为了保证资金来源（以及他们的立足之本）永不枯竭，这些庸医们建立了严格的保密政策，用尽全力维护这个世界“在民主体制下安然运转”。他们采取的第一步行动，就是宽慰我们，鼓励我们无所作为，继续忽视症状的存在。他们用充满自信的声音告诉我们，“回去睡觉吧，事态还不明朗，一切都挺好。技术人员会解决问题。

你们只管放轻松，享受生活好了。”

有毒的污泥对你有好处



我们都知道广告有多么深入人心。事实上，给产品广告买单的，正是我们自己——我们每人一年至少支出600美元的广告费。《有毒的污泥对你有好处》（*Toxic Sludge Is Good for You*）一书的合著者约翰·斯劳博（John Stauber）评论说：“几乎没有人真正理解营销的另一重本质——一种秘密进行的公关行当，意在创造我们当今的商业文化并使之不朽。”到底什么是公共关系呢？按照斯劳博的说法，它是狡猾地扭曲文化内涵和观点。公关专家们不仅改变了我们的感觉，还巧妙地调整政策和文化走向，促使我们的感觉成为主流。在媒体的盲目引导下，公众的视线往往关注在盛行一时的丑闻、犯罪或灾难上，而受公关控制的立法提案则得以通过，被制定成标准的操作程序——对此，媒体丝毫也不报道。

这门行当有个不成文的口号，它宣扬“最好的公关就是从不引人注意”。在它的军火库里，摆着各种黑箱政策、虚假的草根行动、有组织的审查制度和捏造的新闻。选择的武器是一种麻醉枪，错误的假信息就是它射出的隐形子弹。你压根记不得自己怎么就形成了某种观念或信仰，但你发现自己愿意为此而战。比如说，成立市民顾问团是公关公司为企业设计的一种常见做法。这种做法能让人们觉得自己是在参与，而不是受了污染。经过仔细挑选的市民们会围坐在摆满美食的会议桌边，讨论社区议题。

可想而知，这种亲密关系滋生了人们的满足感。社区顾问团欣然通过了一项新的垃圾焚化炉方案，并且在社区中为它辩护。

同样，在企业公关专家的建议下，许多公司为多年来反对自己的环保小组提供资金和赞助。这种“化敌为友”的策略立刻实现了若干目的。它带给公司一个“去黄漂绿”的环保形象，瓦解了环保对手。一位公司合伙人说：“我们一直让他们忙个不停，搞得他们没空跟我们打官司。”

“还有一项基本策略，我把它叫做‘烧书’。”斯劳博说，“企业雇佣公关公司把一些书的名声搞臭。他们通常会从内部来源弄到图书宣传的巡回路线，并使用多种办法破坏这些书的宣传活动。”例如，杰里米·里夫金的《牛肉之外》（*Beyond Beef*）一书对肉制品加工业提出了批评。在巡回宣传开始之前，有人冒充作者的宣传人员，打电话取消了每一场安排好的见面会。

还有的时候，企业雇佣公关公司渗透到日常生活的每一个层面，在偶然的谈话中“赞扬”产品。索尼—爱立信公司的拍照手机部门策划过一出经典案例。他们在 10 个城市雇佣了 60 名演员，让这些人出现在公众场合，对陌生人说，“请帮我拍张照片好吗?”当然，接下来演员们就开始指出让拍照手机如此新潮的各种特殊功能——把“偶然”的相遇变成了“游击式营销”。

宝洁公司也使用类似的做法叫卖香皂、牙膏和尿布。这家公司征召了 24 万多人的热心青少年志愿者，让他们通过口头进行宣传和影响。青少年们为什么愿意这么做呢? 很明显，因为这能使他们获得一种“在前线”的感觉——比方说，能比其他人更早知道某种新产品。他们喜欢参与到观点的“形成”过程中，喜欢对此施加影响，喜欢成为它的一部分，当然，他们也喜欢免费的试用品。

另一家专门从事口碑宣传的 BzzAgent 公司，也发现了个人说服的强大力量。“我们的目标是找出一种掌握诚实口碑的方式，”该公

司创始人大卫·贝特（David Baiter）说："建立一套网络，把热情的消费者变成品牌的宣传员。"他下属的代理人（这些人可以把积分兑换成奖品，但一般都不会这么做）非常乐意告诉其他人自己在读什么书，发现了什么好餐馆，买了什么小玩意儿。这家公司拥有6万多名热心的宣传员，在为期12周、有上千名宣传员参与的典型广告活动中，它能迅速获得9.5万美元甚至更高的收入。

如果你最好的朋友、甚至你的母亲，都可能是隐蔽的广告代理员，你还能信任谁呢？

金钱的话语权

最有效又最强大的一条公关策略是，赞助"前线团体"，并给它们安上听起来极为友好而负责任的名称，比如说"美国科学与健康委员会"什么的，让他们的专家为石化公司辩护，为快餐食品的营养价值辩护，为杀虫剂辩护。前线小组的任务是提供有关某种产品或工业的"正确"信息，拆穿"错误"的信息。正如莎伦·比德尔在《全球旋转》（*Global Spin*）中写道：

美国科学与健康委员会的资金来源是汉堡王、可口可乐、纽特牌日用甜味剂（NutraSweet）、转基因科技巨头孟山都（Monsanto）、陶氏化学公司（Dow）和埃克森美孚石油公司等等。和其他前线小组一样，科学家们装成独立专家的样子，宣扬企业的目标。小组成员们通常会使用中等程度的字眼阐述自己的观点，比如"合理的"、"明智的"和"可靠的"。在强调解决问题的成本时，他们往往对环境危机加以忽视。



噬脑魔的入侵

美国公关专业人士摆好了场景和道具，我们剩下的人则开始表演自己的人生。和《楚门的世界》（*The Truman Show*）这部电影里的男主角一样，我们从未怀疑过这些场景的真实性。光是企业，每年就要和公关公司签订 150 亿～200 亿美元的合同——从事创造消费者文化、购买政治议程、"扭转"科学观点的活动。每个收入菲薄的记者都知道，要想过上"那种"生活，你得干公关——而不是新闻报道。"新闻系的学生——即便是在最好的大学里——更喜欢从事公关和企业沟通工作，而不是当记者。"斯劳博说。"学校把公关和新闻课程混在一起，就好像它们没啥区别，都一样。"而事实是，孩子们知道往哪儿走才能挣大钱。

在20世纪20年代宣传香烟和加铅汽油的活动中——这些产品对健康的负面效应应当被扫到地毯下头去——公共关系行业初试身手。马克·道伊（Mark Dowie）描述1929年公共关系先驱爱德华·伯内斯（Edward Bernays）采取的一次经典公关行动："从表面上看，它不过是一场普通的'妇女解放'公开表演。1929年复活节游行时，一队临时组成的纽约妇女在第五大道上行进，每个人都点着一支香烟，她们将之称做'自由的火炬'。对大多数美国人来说，这还是第一回见到不是妓女的普通女性在公开场合抽烟。"

伯内斯确信这些模特们的照片会出现在全世界的媒体上，这样一来，在通往20世纪的显赫而致命的行进中，烟草工业一夜之间就增添了不少性吸引力。为了回应"1954年突发事件"——医学界揭发吸烟的危害性——烟草工业雇佣伟达公众关系顾问公司（Hill & Knowlton），专门进行歪曲真相的宣传活动，正面打击敌人。该公关公司收集了2 500份医学杂志，上面全刊登着香烟对健康具有积极作用的文章，并把这些信息做成一本小册子，派发给20多万名医生、国会议员和新闻从业者。类似这样的手法成了公关行业的标准程序。"在人造现实的世界里，需要管理的是人们对危险产品或事故的感觉，而不是危险本身。"比德尔解释说。

请君入瓮

20世纪20年代，含铅汽油（乙醛）的推广也靠的是类似策略。含铅汽油的任务是提高汽车性能，增加通用汽车公司、杜邦公司和美孚石油托拉斯的利润。这些大公司联手对人体健康进行内部调查，要求联邦政府提前批准含铅汽油的应用，宽慰美国公众对这种产品的恐

惧情绪。即便工厂里因为乙醛致死的员工已经不少，公司实验室里传出的口风还是说“没问题”。1927 年《美国国家地理》（*National Geographic*）杂志上刊登的一幅广告说：“高压缩发动机搭配含铅汽油，保你一生驰骋。”表面上的信息是“别让任何人超过你，”藏起来的结束语却是“……哪怕它会干掉你。”

信息的洪流

在美国，没有什么信息匮乏的问题。在互联网上搜索任何关键词，虚拟引擎都会为你找出数以兆计的各类“匹配项”。当然，如果你寻找“圣母玛利亚画像”，弹出的可能是一位同名流行女歌手的性感照片①——但是，嘿，这不也是信息吗？美国人每天平均要碰到3 000条广告信息，每一条广告的叫卖声都比前一条有更大的诱惑。新闻采访、趣闻和坏消息同样在争夺我们的注意力，更不要说一些人在每星期的工作里还要对付上百万的文字量。只获取自己所需的信息，就像是想从消防水龙头里寻找一滴水。

比海量的信息更让人烦恼的是信息的质量。我们试图从公民、家庭和市场决策等方面寻找感兴趣的信息。毫无疑问，我们丝毫无法解决自己的物欲症——因为经济制度就是疾病的根源。药品公司告诉我们如何克服抑郁症，杀虫剂公司告诉农民们该用多少杀虫剂。在媒体狂热中，好新闻不是新闻，因为在电视上它“没劲”。信息的质量对社会的方方面面都造成了损害，可我们无论如何都得饮下这杯苦酒，

---

① 在英语中，圣母玛利亚和女歌手麦当娜的名字相同，都写作“Madonna”。——译者注

因为这是我们惟一能获得的信息。

用全球变暖绿化地球

如果我们把全球变暖导致的全部事实想成是一条大河，那么美国人获得的信息量则只相当于从河里舀起来的一杯水。全球变暖这一问题相当复杂，有1/3的信息连科学家也弄不清楚，因此他们告诉我们说，有关海洋、生物数量和大气物理之间的关系，他们所知有限。但科学家们很清楚地知道：自从工业革命开始以来，二氧化碳的含量已经增加了30%（参见图18—1），1990—2000年是有史以来最热的10年。他们早在一百多年前就知道，二氧化碳等大量温室效应气体能使地球升温，和停车场里摇上车窗的汽车很快就能暖和起来的道理一样。

然而，公关公司以及石油、矿业和汽车企业的环境公关部，编造出了另外一个故事——给本来就错综复杂的情况狠狠地添了点油，加了点醋。他们的任务是构思出"定制化"的信息，引发公众的怀疑和困惑，保护客户的利益。这些"第三方专家"表面上持客观立场，但科学家们指出，这些人的赞助资金来自公用事业和石油财团，他们难免不会暗中捣鬼。他们认为，即便地球正在变暖，也不过是一种自然现象。在最近进行的一项名为"气候怎么了"的"前线新星"（Frontline-Nova）项目中，一位石油科学家总结了自己对全球变暖的看法："数百万美国人搬到了阳光地带①，"他说，"这说明我们喜欢

---

① 阳光地带指的是包括美国南部15州的地区。东南起自弗吉尼亚和佛罗里达，西南抵内华达，还包括加利福尼亚南部。——译者注

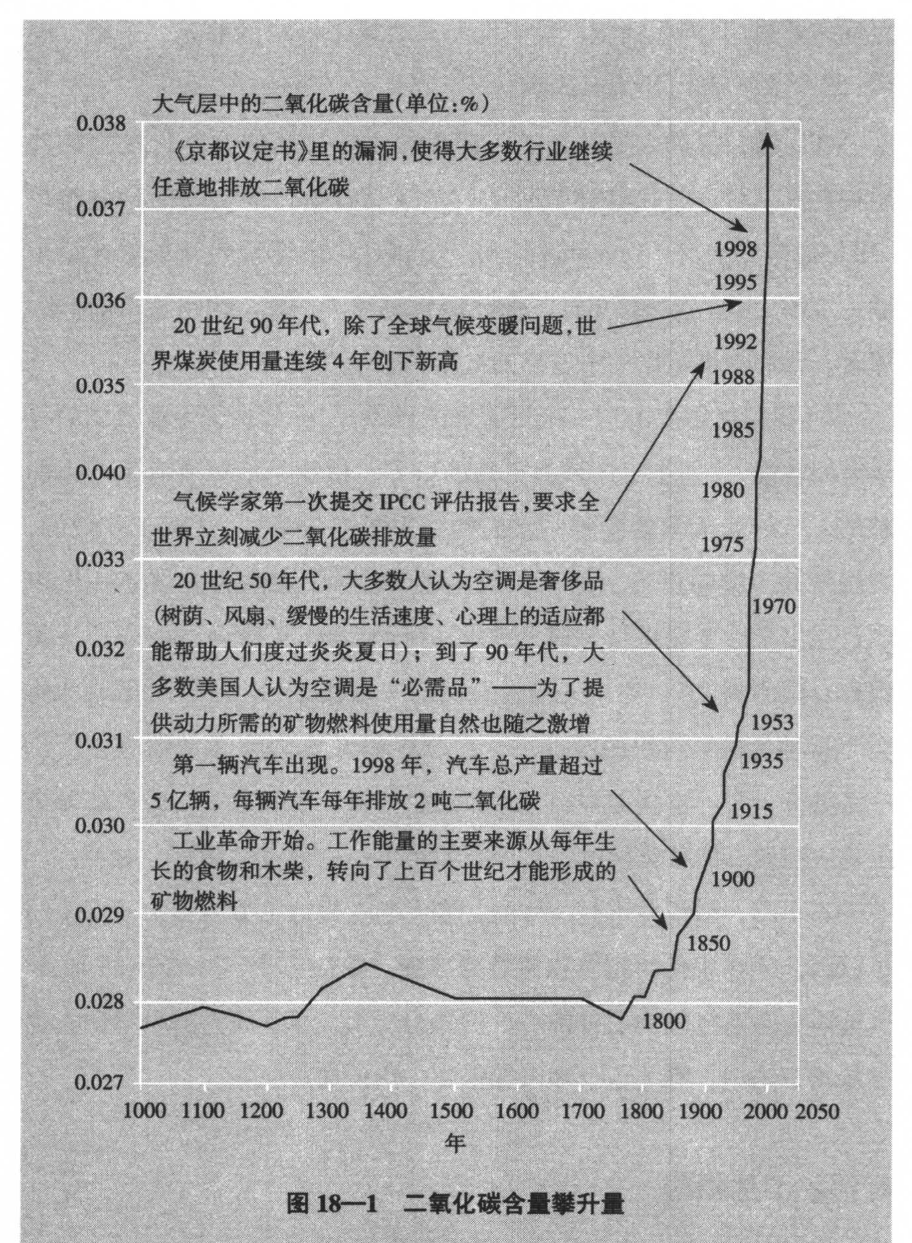


图 18—1　二氧化碳含量攀升量

数据来源：考特斯·埃德·阿瑞斯 (Courtesy Ed Ayres),《上帝最后的恩赐》(*God's Last Offer*)。

暖和的天气。”问题在于，我们也会喜欢热带瘟疫的蔓延、干旱、飓风、经济破产和海平面升高吗？

许多国会议员大概都看过一部叫做《绿化地球这颗行星》的幻想科学录像带。制作这套节目的，是接受石油行业资助的科研组织“绿化地球协会”（Greening Earth Society）。录像带的开场叙述很生动：“2085 年，大气层里的二氧化碳含量翻了一番，达到了 0.054%。那时，我们将创造出一个怎样的世界呢？”

“（我们将创造出）一个更美好的世界，”一位接受企业资助的科学家回答说，“一个生产效率更高的世界。植物是地球所有生产力的基础……随着地球的变暖，它们能变得更有效率。”（至于其他的，统统别管：哪怕世界上最顶尖的 2 000 名科学家联合签署了一份声明，指出全球变暖将是一场大灾难；哪怕 2004 年联合国发表了一份报告，预测到 2100 年，气温将升高 3.7 摄氏度。）在“绿化地球协会”这种伪科学组织的帮助下，矿物燃料政客们为温室效应创造出一派美好景象：富饶的棉田、丰收的柑桔树。谁知道呢，或许那时会出现三层楼高的蕨类植物，甚至恐龙再生——简直酷毙了，对不？

不不不，事情并不是这样的。澳大利亚最近上演的街头戏剧说明了原因：还在融化的袋鼠和树袋熊冰雕，象征有史以来最热的 10 年为地球生态系统敲响了警钟。可不知为什么，尽管所有的科学调查都支持这个结论，有关信息却未能得到广泛传播。

好消息不是新闻

新闻记者既提供信息流，也转换信息流。依赖记者的信息来源和立场，我们阅读完一篇报纸文章后，知道的东西可能比我们还没读它

时更少。新闻记者永远都在赶时间，报导消息既有客观性的要求，又必须具有争论性，因此他们不仅会向读者呈现捏造的伪科学，也会报导它言过其实、不堪一击的软弱对手。通过这样的做法，他们总能顺利地炮制出“巨人间的媒体冲突”。

新闻媒体的出发令来自以下几个媒体巨头——时代华纳、维亚康姆（Viacom）、迪士尼、通用电气控制的美国国家广播公司、宽带通信公司康姆卡斯特（Comcast Corporation）——这些企业的 CEO 会指示哪些东西有报导价值，哪些没有（如果你是他们中的一员，你收购报纸公司就像我们普通人买报纸一样轻松）。迟至 20 世纪 80 年代，还有 50 多家企业一起分享媒体蛋糕，但精华部分总是被少数几家大型公司所瓜分。这几家企业血缘关系错综复杂，它们互相投资，被同一帮广告巨头养肥，从同样的大通讯社购买一线消息。令人担忧的是，这些公司推动了电视广播的私有化——这是法律所不允许的。要是这些看不见却又实实在在的波长受到少数几个超级富翁的控制，乔治·奥威尔在《1984》中的预言就会不幸成真：“‘新话’① 单词的特殊用途……不是表达意义，而是破坏意义。”

由于记者的时间总是不够用，他们会受到引诱，利用公共关系新闻网 Profnet 提供的便利服务，采访并引述公关公司提供的专家意见。公关公司控制的记者还会提供大批新闻稿、电视新闻录像片和广播稿。“公关新闻专线”（PR Newswire）公司每年为15 000多名私人客户炮制100 000多份新闻稿。“美国电台”（RadioUSA）每年为5 000多个广播电台提供广播稿，MediaLink 则向各家电视台分发5 000多套

① 新话（NewSpeak）是奥威尔在《1984》中生造的词语，其词汇量被削减到最低程度，这样人民就无法找到词汇表达未经当局同意的事情。——译者注

录像新闻稿，而且完全免费，随时可供播出。

按照《华盛顿邮报》、《纽约时报》和《华尔街日报》前责任编辑们的说法，这些报纸刊登的新闻，至少有40%出自“政治化妆师”公关记者们的手笔。报纸、杂志和很多互联网供稿人，必须把故事内容压缩到指定的篇幅内，因此他们很难详细交代文章的前后联系，解释问题的复杂性。电视新闻也是如此，光是广告和犯罪报道就占了电视网新闻内容的1/3。1968年，每条采访原声摘要的平均播放时间是42秒；到了2000年，标准变成了8秒钟。我们只看到了孤立的事件，看不到整个政治过程；我们只能浮光掠影般看到各种新鲜事和冲突，看不到事情的前后联系。有关变化和革新的信息解释起来太费时间，因此媒体抛给我们高速追击和动物园新生的动物。他们的目的是让我们死盯着看，而不是让我们获得信息。

在记者们简化缩短了信息流的边角余料之后，深藏不露的广告商着手歪曲更多的信息，他们往往会向编辑施加巨大的压力，把故事彻底弄没了。一些广告客户会把公司的政策告诉编辑和新闻总监，要求提前告知有可能将其产品置于不利地位的报道。广告公司CEO打来的电话，就像是编辑们电脑上的删除键——明天报纸上的头条新闻，或是正点新闻节目里的某条报道“嗖”一声就没影了。

等全球变暖的真相抵达美国公民们的时候，它早就被打扮过滤成了一小撮可疑的流行科学。

拖延、打折又无力的反馈信息

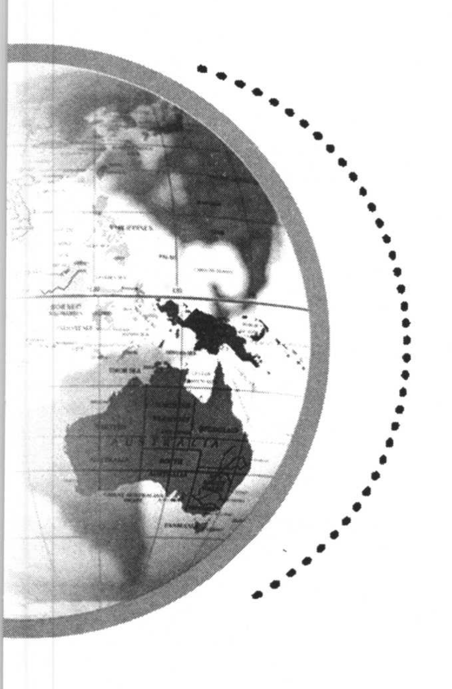
像多尼拉·麦多斯这样的科学家认为，我们应当对科学信号——“反馈”——保持敏感，否则我们的文明就会撞上南墙。

麦多斯把世界比喻成一辆在光滑路面上奔驰的汽车："驾驶员开得太快，刹车来不及起作用。"

从整个社会超速运转的角度来说，她评论说："体制内的决策人没有得到信息，或是不相信信息，要么就是面对信息不采取行动，从而使问题越了界，过了火。"我们的一部分困境在于反馈不足：我们甚至还没意识到该提高警惕了。而另一方面的问题是我们前进的速度：认为资源供应没有限制，地球总能从破坏中恢复过来，正是在这种看法的基础上，我们建立了"油门一脚踩到底"的经济。这些信念部分来源于公共关系和广告专家，他们只是在做自己的工作。这有什么大不了的呢，反正没人受到伤害，对吧？而事实并非如此。质量低下、不完整的信息，使我们忽视了一个再明显不过的坏兆头：汽车一如既往地高速奔驰，可油箱早已空空如也。



第三部分 治疗



第19章　康复之路

如今的人，总是为能购买更多、更好、更新的东西而感到神魂颠倒……购买最新款的小玩意儿成了每个人的梦想，而使用它们的真正喜悦倒成了其次。倘若现代人能够清晰地描述一下他心目中的天堂形象，肯定会像是在形容一个世界上最大的百货公司……他会目瞪口呆地在这个小玩意儿和日用品的天堂里游荡，心里只想着还有没有更多更新的东西可买，或许还会幸灾乐祸一下：他的邻居们没他运气好。

——心理分析家埃里克·弗洛姆（Erich Fromm），1955年

以下场景来自“物欲症”的助理制片人的想像。

你正在看电视，节目播出到一半，电视屏幕变黑了一阵。电视台插入了一条新闻。一大群人聚集在一幢豪宅前面，门口停着好些价值不菲的汽车。一家四口人打扮得体地站在台阶上，表情分外严肃。一个孩子手里握着一杆白旗。记者镇定自若地对着麦克风说：“这里住着我们多年来想要攀比一番的琼斯一家——杰瑞·琼斯和珍妮特·琼斯①现在我们可以停下来了，因为他们投降了。让我们来看看他们怎么说。”

镜头切换到满脸疲惫的珍妮特·琼斯身上，丈夫的手放在她肩膀上。她泣不成声地说：“这不值得。我们互相见不到面。我们像狗一样工作。我们总是担心孩子，我们扛着几年也还不清的债。我们认输了。请大家，别再跟着我们跑了。”人群里有人喊道：“那你们现在打算怎么办?”“我们会勤俭度日，过更美好的生活。”珍妮特回答。“好了，琼斯一家投降了。”新闻播报员说。“下面是广告时间。”



投降的琼斯夫妇

---

① 在英语里，“跟上琼斯一家”（Keep up with the Joneses）表示跟自己地位相当的人攀比，这里的“琼斯一家”是双关语。——译者注。

琼斯一家并没有投降。至少，目前还没有。但上百万美国人开始寻找让生活变得简单一些的办法。在本书后面的部分，你将学到一部分办法，了解人们如何团结起来，创造一个更稳定的社会，免遭物欲症的侵蚀。我们建议你首先做一下后文的物欲症测试，当然，它不太科学，可我们认为它是一种有效的办法，可以判断你是否感染了物欲症，以及你病情有多严重。

好吧，关键时刻到了。在家里找个私人空间，别让其他人从你背后偷看：做做下面的诊断题，看看你到底得没得物欲症，是不是属于易感染类型。要是你真的得了，别担心，你不是惟一的病人。在本书的这部分里我们将为你提供帮助，所以请继续往下读。如果你还没得，为了你的身体健康，也请你继续读下去。

物欲症自我诊断测试

是 否

☐ ☐ 1. 如果没有东西可供消费（商品、食物或媒体），你是否感到无聊？

☐ ☐ 2. 你是否会用自己拥有什么东西或到哪里度假，向朋友炫耀？

☐ ☐ 3. 你是否把购物当成一种“治疗方式”？

☐ ☐ 4. 如果没什么特别的东西要买，你是否会到商场闲逛？

☐ ☐ 5. 你是否会到大型连锁超市而不是附近的五金店购买家装用品？

☐ ☐ 6. 你是否曾经为了购物而到某地度假？

是 否

☐ ☐ 7. 一般来说，你是否更关心东西而不是人？

☐ ☐ 8. 当你付账的时候，你是否忽视了它所消耗的资源量？

☐ ☐ 9. 如果让你在多一点钱和周末时间少一点中选择，你是否会选择钱？

☐ ☐ 10. 你每个星期是否会扔满一个垃圾袋以上的垃圾？

☐ ☐ 11. 你是否曾跟家人说谎，隐瞒你为了某件东西所花的钱？

☐ ☐ 12. 你是否经常为了钱而跟家人吵架？

☐ ☐ 13. 你每个星期志愿帮助别人的时间是否少于5个小时？

是 否

☐ ☐ 14. 你是否会拿自己家的草坪或房子，定期跟邻居的某人做比较？

☐ ☐ 15. 你房子或公寓里的每个成员，私人空间是否超过 500 平方英尺？

☐ ☐ 16. 你是否会定期赌博或购买彩票？

☐ ☐ 17. 你是否每天检查一次自己的投资情况？

☐ ☐ 18. 你的信用卡是否透支？

☐ ☐ 19. 你是否担心债务会引起头痛或消化不良等生理症状？

☐ ☐ 20. 你每个星期用于购物的时间是否比陪伴家人的时间更长？

☐ ☐ 21. 你是否经常思考要换份工作？

☐ ☐ 22. 你是否为了改善外表而做过整形手术？

☐ ☐ 23. 你的谈话是否总是围绕着你想买什么东西？

☐ ☐ 24. 你是否有时会为自己花在快餐上的钱感到惭愧？

☐ ☐ 25. 你是否曾为了快点到达目的地而左冲右突？

☐ ☐ 26. 你是否曾在路上大发脾气？

☐ ☐ 27. 你是否总是感到匆匆忙忙？

☐ ☐ 28. 你是否经常扔掉可供反复利用的材料，而不是花点时间反复利用？

☐ ☐ 29. 你每天在室外的时间是否少于 1 个小时？

☐ ☐ 30. 你是否无法辨认出 3 种以上本地生长的野花？

是 否

☐ ☐ 31. 你是否会为了用上最新款的健身器械，把并没有坏的旧器械换掉？

☐ ☐ 32. 你家里的每个成员都有自己的电视机吗？

☐ ☐ 33. 对你来说，一件产品的价格是否比它的质量更重要？

☐ ☐ 34. 你的信用卡是否因为透支而被售货员拒收？

☐ ☐ 35. 你每周是否会收到 5 份以上的邮购目录？

☐ ☐ 36. 你到杂货铺买东西是否从来不带可反复使用的袋子？

☐ ☐ 37. 你买车的时候是否根本不考虑它每公里的油耗？

☐ ☐ 38. 你购买新车的部分原因是否在于它能提高你的自我形象？

☐ ☐ 39. 你是否拥有 5 张以上的信用卡？

☐ ☐ 40. 当你的工资提高时，你是否立刻会想该怎么使用它？

☐ ☐ 41. 你是否觉得自己饮用的软饮料比自来水更多？

☐ ☐ 42. 你今年的工作时间是否比去年多？

☐ ☐ 43. 你是否怀疑自己无法实现个人经济目标？

☐ ☐ 44. 每天工作完成后，你是否感到筋疲力尽？

☐ ☐ 45. 你是否只支付信用卡的最低还款额？

☐ ☐ 46. 当你购物时，你是否常常觉得欢欣愉快而又焦虑？

是	否		是	否	
□	□	47. 你是否曾经觉得自己的个人开支太高?	□	□	49. 你每天看电视的时间是否超过两个小时?
□	□	48. 你的东西是不是家里都放不下?	□	□	50. 你最近是否每天吃肉?

看看你的最终得分

每一个“是”等于2分。如果你对自己的答案不太确定，或是记不清楚，那么给自己打1分。如果你的得分:

0~25　你没有什么严重的物欲症症状，但是为了保持健康，请继续往后读。

26~50　你已经感染了——为了提高你的免疫能力，继续往下读。

51~75　你的体温升高过快。吃两片阿司匹林，仔细阅读后面两章的内容。

76~100　你得了最严重的物欲症！快去看医生，重新阅读本书，立刻采取适当行动！你可能还会传染给别人。没时间耽搁了！

第20章　卧床休养

你是在谋生还是在找死？

——乔·多明库兹(Joe Dominguez)

还记得医生告诉你，得了重感冒该怎么办吗？“回家，上床休息，吃点阿司匹林，明天早晨再给我打电话。”（当然，在如今这个HMO① 大行其道的时代，医生们根本不想你再给他们打电话，但这是另外一码事。）物欲症也需要卧床休息。只不过我们的定义稍有不同。重点是一样的：别再继续干下去了。现在就罢手。削减开支。清查存货。让自己好好喘口气。

强制性重新评估

有时候，我们只有一直跌到谷底之后才会这么做。佛瑞德·布朗（Fred Brown）曾经前途无量，在一家大型公司做人力总监。他每年能挣10万美元。在外人看来，他仿佛拥有了一切——工作好、房子大、家人和睦。但从佛瑞德的角度来说，他觉得自己就像是戴着金手铐的犯人。他工作很长时间，很难抽空陪伴妻子和两个女儿。他的婚姻触礁了。他的工作充满压力：他的职责是告诉其他员工，他们被炒了。有一天，他接到了一通恐怖的电话——他自己的工作岗位也被取消了。“告诉别人被炒了，和得知自己被炒了，可真是全然不同的体验。”他回忆起当时接到那通电话的情景时这样说。

① HMO是一个封闭的健康照护组织，医疗单位以固定的价格与HMO签约，负责“承包”被保险人的全年医疗照护，此即所谓“论人计酬制”支付制度。民众一旦选择加入某个HMO，必须在HMO的指定医疗场所就医。到非指定场所就医，患者需自己负担2～4倍的医疗费用。HMO企图由此控制医疗支出的快速增长。这套制度的先天缺点在于：医疗质量下降——由于医疗单位必须自负盈亏，医院莫不设法降低医疗支出，节省开支以提高利润；甚至出现逆选择（选择健康的人，拒绝多病的残障老弱）、终止续保、寡头垄断等等负面做法。从各种健康指针比较显示，美国人付出最昂贵的健康费用，但其健康照护质量并不如欧洲一些国家和日本。而且几年来亦未能发挥节制医疗支出的目标。作者在这里这样写，是对HMO表示讽刺的意思。——译者注

虽然他是被迫要过简单的生活，但对佛瑞德来说，最痛苦的地方还不是没了收入，而是失去安全感。“我得放弃那些认为自己该干什么的想法。”最初，佛瑞德试图在自己的行业里寻找其他工作机会，但要这样做的话，他必须搬到另外的地方去。他不得不停下来反省自己的生活，他想得越多，越是意识到：自己的工作不能为他带来快乐。“关键的时候到了，”他说，“我发现自己要做的是，从悬崖上跳下去，进入未知的空间。”

佛瑞德经历了一场令人头晕目眩的职业和人生转变，他回到学校，并成了按摩治疗师。他每年挣两万美元，住在一间小公寓——而不是曾经拥有的大屋子。但他说，自己变得更满足了。虽然收入下降了 80%，但他努力存了点钱，偿还了以前挣 5 倍工资时欠下的债务！更重要的是，他拥有了更多自由时间，恢复了和女儿们的关系。他发现自己现在从事的工作更能带给他满足感。“这一切证明，生活得简单些能带给我更多快乐。这个观点真是棒极了！”佛瑞德一边说，一边微笑起来。“我现在很庆幸当年被公司炒掉，因为这让我有机会做自己爱做的事。现在的我，就好像是找到了自己的‘正业’。”

人生只有一次

恩薇·麦克唐纳（Evy McDonald）发现，有时候迫使我们重新审视人生的巨大冲击，远远不止没了工作这么简单。恩薇是一个精力充沛而又快乐的女性，她决心尽快出名。“我的目标，”她回忆说，“是让自己成为美国医院最年轻的女院长。”1980 年，她离成功近在咫尺。她经常获得晋升和加薪，因此生活颇为奢侈。她每升一次职，就

给自己买一套新房子和一辆更大的汽车。“我常常说应该帮助那些没那么幸运的人，可我拥有70双鞋子和上百套上衣。我拥有的一切，比实际需要多得多。”

接着大祸临头。由于得了一场怪病，恩薇去找了医生。经过诊断后，医生告诉她一个十分残酷的结论：她得了一种致命的疾病——得了这种病的人，没有一个侥幸活下来的。她也许只能活几个月了。恩薇惊恐万状地回到家里，却发现小偷几乎把她拥有的一切东西都偷走了。而且她没买保险。突然之间，绝症和一无所有让她不得不思考起有关人生意义的问题。

“死的时候我想成为什么样的人呢?”她问自己。“我发现，大多数东西我都不感兴趣。我只想要自己的人生充满体谅的关爱，并能为人们提供富于同情心的服务，我想让自己完整如一。”

不可思议的是，恩薇的病情突然有了好转，她恢复了精神和活力，虽然医生告诫她，病魔随时可能再次降临。

“在康复之路上，”她现在说，“我感到我需要让自己的生活变得完整。我需要成为一个完整的人，我应当把自己的经济生活、我花钱的方式、我用钱做的一切，和我的价值观与人生目标结合起来。”就在这时，她遇到了一对夫妇，他们的想法深深地感动了她，于是在其后的20年里，她一直跟他们一起工作。

钱还是生活

乔·多明库兹从前是个股票经纪人，维奇·鲁宾则是个演员。他们信奉简朴的生活，专门教人如何走出债务的深渊、存钱、努力拯救地球。在乔过世前（1997年），约翰碰巧认识了他，并得到了采访的

机会。当时，乔的身体极为虚弱，他已经和癌症斗争了许多年。但他丝毫也没有失去激情、道德的勇气、尖锐的幽默感，正是这些素质，帮助他改变了上千人的生活。

在一次访问中，乔描述了自己思想上的转折点，当时他还是个股票分析师。“在华尔街的时候，”他说，“我发现有钱的人并不一定更快乐，他们的问题，丝毫也不比哈林①犹太街区的人们少——我就是在那里长大的。因此我逐渐意识到，钱并不能买到幸福，这是个非常简单的概念。”的确够简单的，可在物欲症盛行的年代，这也是个异常珍贵的概念。

就这样，多明库兹开始尝试节俭之道。他发现自己更能享受生活，而且找到了一个极好的存钱办法，31 岁就能退休，靠自己的投资过活（他去世时，每年只花 8 000 美元）。“很多人都会问，你是怎么办到的?”“你是怎样处理自己的财务状况的，而不必像我们其余的人那样成为契约奴隶?”

因此乔利用自己新获得的时间，教其他人如何大幅削减开支。很快，他遇到了维奇·鲁宾，后者成了他剩余人生中的伴侣。鲁宾说，“我发现自己应该学会怎么修理东西，我喜欢过简单的生活，开发自己的技能和创造性，而不是挣更多钱，再把钱扔到问题堆里去。”

多明库兹和鲁宾搬到了西雅图，在别人家里办了个小车间，生产上千人定购的录音磁带教程。“后来出版商找我们写一本书，”乔回忆说，“至于剩下的，都成了历史了。”《钱还是生活》（*Your Money or Your Life*）这本书在 1992 年出版，很快成了畅销书，卖出了将近

---

① 哈林区是纽约的黑人住宅区。——译者注

100 万本。要是乔和维奇收到的读者来信都是读者的真心话的话，《钱还是生活》改变了无数人的生活。

多明库兹把这本书跟市场上泛滥成灾的财务自助图书做了比较。“它和在股市上大赚一票无关，也不是讲怎么一分钱不花买下房地产什么的。它的内容完全相反。它讲的是如何采取一种更聪明的方式利用现有的支票，把钱存起来，而不是一步一步陷到更深的债务中去。这是我们祖父母都懂得的道理，可我们却忘记了，或是有人故意让我们忘记。”

实现财务完整性的 9 步骤

该书提供了一套 9 步“新节俭”项目，通过它，读者们可以获得财务独立，让自己的金融之腿重返大地。只要严格遵循所有的步骤，很多高收入读者发现自己能在 10 年左右的时间里实现“经济独立”，从而能把自己的时间投入到比现在的职业更有意义的工作中去。即便是低收入读者，也能大幅削减日常支出。“实际上，这些步骤对低收入人群最有用，”多明库兹说，“因为他们才真的需要知道该怎样让一块钱物尽其用。”对很多读者来说，光是照着几条主要的步骤做，就能达到截然不同的效果，一般人平均能减少 25% 的开支。

首要步骤包括以下 4 项实践：

1. **跟自己的过去言归于好**。计算你过去挣了多少钱，然后看看你现在还剩多少，也就是你当前的资产净值。你浪费的总量可能会叫你大吃一惊，我们可以把它叫成物欲症要你付出的代价。

2. **跟踪你生活精力的去向**。计算你每小时的真正收入，要把花在上下班的时间、其他所有与工作相关活动的时间都加到一周总工作

时间里，并从总收入里减去为了工作所用的钱（比如说，着装费和通勤费等）。你的工作时间就是生活精力的一项支出。你对它有什么样的了解，又是怎样利用它的呢?

3. **统计你一个月里的总收入和总支出**。然后跟踪进出你生活的每一分钱。

4. **问问自己，你所支出的生活精力是否给你带来了真正的满足**。作者建议你绘制一条“满足曲线”，当你把精力用在真正需要的地方，曲线就往上升，当你把它花在对你并不重要的奢侈活动上，曲线就下降。曲线的顶点叫做“足够点”——也就是说，到了这个点，你就应该停止支出开始节约了。

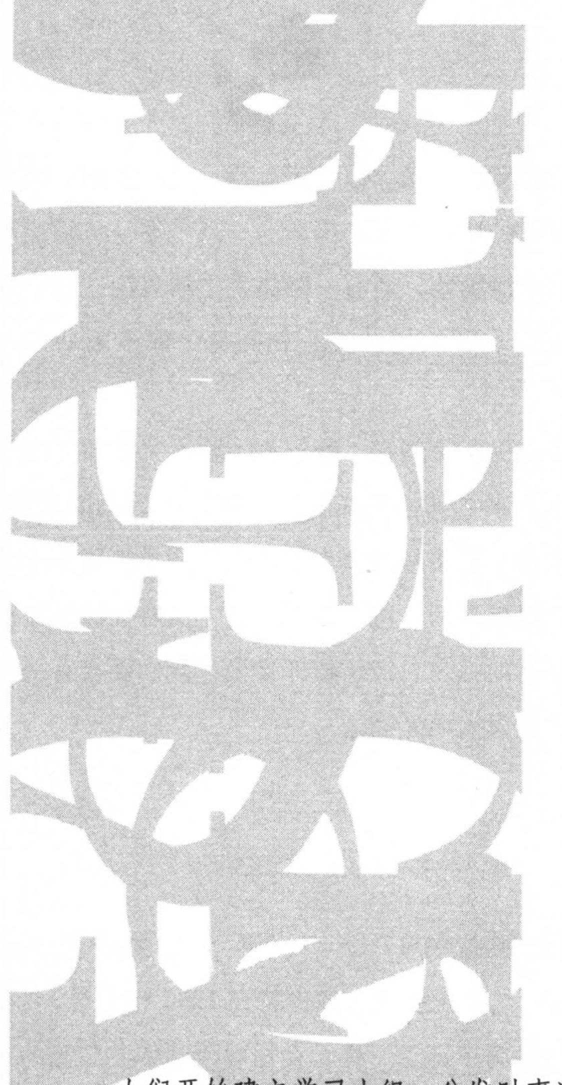
做这些事的目的在于停下常规活动，盘点存货。要是得了流感，你会上床休息。当你走到悬崖边上，你得赶紧往回走。要是得了物欲症，你得停下来想个清楚。

乔·多明库兹和维奇·鲁宾把从这本畅销书里挣到的钱都捐献了出去。尽管生活仍然极度简朴，但每个认识维奇的人都不会觉得她贫穷。她认为，金钱完全可以成为一种祝福，而不是祸根，尤其是当我们把它用来造福世界的时候。

往回游

当然，“钱还是生活”模式并不是惟一一张可供你休息的床。许多美国人已经找到了其他有助于放慢速度、削减开支、重新评价生活的方式。他们依靠自己的办法，依靠更少的钱过上了更好的生活。《美国新闻与世界报导》（*U. S. News & World Report*）的通讯记者艾米·苏兹曼（Amy Saltzman）把这些人叫成“回游者”。1995 年进行

的一次民意调查显示，86%的“回游者”说自己比以前更快乐了。只有9%的人报告说，他们觉得现在比从前更糟糕。选择“往回游”的人们可以从大量刊物和图书中找到技巧，让生活变得更简单，压力更少。



第21章 阿司匹林和鸡汤

人们开始建立学习小组、分发时事通讯、创办杂志、在互联网上分享资源等等，而这就是开创简朴的文化、社会生态文化的开端。

——杜安·艾尔金(Duane Elgin)，
《自发简单》(*Voluntary Simplicity*)一书作者

好好想一想，回忆你的童年时光。你得了流感，生病在床，妈妈温柔体贴地走进来。她宽慰的话语，或许再加上一点药物——治疗高烧的阿司匹林，或是止咳嗽的糖浆，还有一碗热乎乎的鸡汤，能让你感觉好点。而最重要的是，有了妈妈的关心和同情，你不用一个人遭罪。

得了物欲症也是一样。为了克服它，我们大多数人都需要知道自己不是孤身作战。我们需要来自其他同样在与病魔作战的人的支持。如今每一种上瘾症的受害者，似乎都拥有支持小组，而要征服物欲症这种上瘾性病毒，我们需要更多的支持，因为社会上没有任何反对消费的力量——只有鼓励消费的呼声。但你或许会说，我们确实有一个对抗物欲症的后援团——自发简单运动。

自发简单

“在我们对流行趋势跟踪的 17 个年头里，”趋势研究机构（Trends Research Institute）的杰拉尔德·塞伦特在 1996 年说过，“我们还从没见过哪件事和自发简单运动一样，在全球得到如此广泛的接受。”他估计美国婴儿潮出生的人，有 5% 都在实践“某种形式的自发简单”生活，到 2000 年，这么做的人可望达到 15%。“他们找到了一种治疗物欲症的手段，”杰拉尔德断定，“他们摆脱了压力，他们说，‘你知道，我喜欢这样的生活。我以前就该这么过！’”

20 世纪 90 年代末的经济繁荣，让自发简单运动遭受了一点打击。尽管如此，简单一些、环保一些的生活方式，还是吸引了数百万美国人。虽说不像塞伦特预计的那么快，但“自发简单运动”仍然生机勃勃、发展良好。这是一场围绕多种形式的讨论小组展开的运

动，它是在近 10 年前由和蔼的赛西尔·安德鲁斯所发起的。

简单即是颠覆

从 1992 年开始，赛西尔·安德鲁斯帮助人们建立了上百个有关自发简单的学习小组。而她发起的全国性组织“简朴之种”（Seeds of Simplicity）则建立了更多学习小组。她写的《生活越简单越好》（*Circle of Simplicity*）一书，则向所有读者解释了创办学习小组的方法。安德鲁斯说，最重要的是，参与者并不把自发简单看成是一种牺牲。

“我认识的一个人把我们在干的事说成‘自我剥夺运动’，但事实并非如此。”她说。“满足空虚的方式，并不是拒绝物质。而是用积极的东西代替消极的东西，是寻找我们真正的需求，是社会、创造性、对生活的热情以及和自然的联系。这些只有人们互相帮助才能做到。人们学会了满足自己真正的需求，而不是填满广告商创造的错误需要；还学会了用满足感高、对环境影响少的方式生活。”

凭借对文字的良好判断力，安德鲁斯把自己形容成一个颠覆分子（请想像摩西婆婆①笔下的艾玛·戈德曼②）。“简单生活运动看起来挺温和，”她说，“就像是，‘这不是挺好的吗？他们尝试削减开支，生活得更简单。’所以人们不理解它到底有多激进。它就像是社会变革里的特洛伊木马。但它能够让人们用一种截然不同的方式生活。”

---

① 美国著名画家。——译者注

② 俄罗斯裔美国人，她是 20 世纪早期非常活跃的激进派，不但是女权运动的支持者，也是男女平等的倡导者。戈德曼是一位在年轻人中有很高知名度的无政府主义者，通过电影等形式，散布“杯水主义”的性自由（性就像人渴了需要喝一杯水一样，是一种无可厚非的生理要求）和对宗教的批判。——译者注

往回游的罗伊一家

要质疑建立在贪欲基础上的意识形态，教会似乎是个天然的竞技场。但迪克·罗伊和珍妮·罗伊创办的学习小组却从出人意料的地方抗击物欲症。35 岁的时候，迪克·罗伊已经按照传统的阶梯爬到领导岗位上了：俄勒冈州立大学的班导师、海军军官，最后，成了美国一家素有声望的法律事务所的高薪企业律师。他的办公室在 32 楼，能够尽览城市全景。但他的妻子珍妮，却是一个强烈的环保主义者，信奉简朴生活。

因此他们尽管有着 6 位数的收入，罗伊夫妇还是过着简朴的生活，常常因为他们的旧衣服和旧自行车受到朋友们的揶揄。他们自己背着包去度假。他们也带孩子去过迪士尼乐园——乘坐巴士，背包步行穿过加利福尼亚阿纳海姆的大街小巷，从公交车站走到下榻的汽车旅馆去。

特别是珍妮，她找了很多减少开支的办法：使用晾衣绳而不是干衣机；把垃圾邮件原样寄回直到对方不再寄信来；购买散装食品，并使用自己的袋子装东西。最终，让所有邻居大吃一惊的是，罗伊一家每年制造的垃圾量，只装满了一个标准的垃圾袋！她说这不是什么牺牲。“如果你问人们哪种活动能带来愉悦，答案往往是亲近大自然，从事创造性劳动，跟人交往。而我们所过的简单生活，能给我们带来这一切满足。”

后来，珍妮在一个资源再利用项目中担任领导者，到人们家里开办工作小组，教他们如何节约能源和水，并最有效地利用资源。

与此同时，迪克在公司里从不加班，干满规定的时间就走人，这

样他就有更多的时间可以陪伴家人。搞法律工作的人这样做，无异于宣告自己是个异端。但迪克是个非常好的律师，跟同事们也处得很好，因此他们完全没注意到他的“反常”行为。但最终，迪克还是厌倦了搞公司法律事务。他的孩子们已经长大成人，他想做一些能够更直接表达自己价值观的事情——特别是他对环境问题的关心。1993 年，迪克·罗伊辞去工作，靠积蓄为生，并把自己的时间投入到拯救地球上。

扩大循环范围

迪克在波特兰创立了西北地球协会（Northwest Earth Institute，网址：www. nwei. org），这是一个在各种现有协会里举办讨论班，倡导简单生活、提高环保意识的组织。迪克·罗伊在企业里的人际关系，帮助他在波特兰多家大型公司里创办了工作小组——“自发简单”、“选择可持续发展的生活”和“寻找归属感”。他鼓励感兴趣的员工在午餐时间见面，以十几个人为一组，展开有序的谈话，迪克希望，这有助于激发个人的、社会的和政治上的行动。

10 年之后，西北地球协会取得了一系列让人惊讶的成就：

- 在整个太平洋西北地区的私营企业（包括耐克和惠普这类巨型公司）、政府机构、学校和非营利组织里开展了上百次讨论活动。
- 在美国西北部创办了数以十计的讨论小组。
- 在全美 50 个州里设立了超越课程和姊妹地球协会。
- 课程的总参与人数超过25 000人。

尽管地球协会发展了大量员工，迪克和珍妮仍然全职充当志愿工

作者。协会为组织者们提供的年度培训项目，教室里随时洋溢着欢声笑语和音乐。

寻找彼此

如果我们能够得到别人的支持和鼓励，就更容易简化自己的生活。20 世纪 70 年代末，杜安·艾尔金为史丹福研究院对选择简单生活少消费的人们做了调查。他发现，这些人只吃“食物链里较低等级”的食品，倾向于食素，穿简单、实用的衣服，购买小型、节油的汽车，培养自己的“内在”生活——“自觉地、有意识地”生活，关心自己行为的后果。

杜安把自己的发现写进了《自发简单》。他留着灰色的胡子，有一双闪闪发光的眼睛，是新一轮自发简单运动的著名领导者。他认为，过去几年美国历史的特点就是富裕的困境。“商业大众媒体的力量分散了我们对生态危机的注意，把我们的视线局限在洗发水上”，“创造出一套有可能引发大祸的思路”。

杜安认为，改变可能要花一代人的时间，他担心我们的生态系统支撑不了那么久。“首先选择简单生活方式的人，”杜安说，“都是相对富裕的人口。他们体验过良好的生活，也知道这种生活欠缺什么，现在他们是在寻找另一种不同的生活。”从这一点来看，有些人或许会把这场运动当成是精英运动。然而，他还说，“只有这些人减少消费量，才会有更多东西可供那些物质匮乏的人使用。”

杜安喜欢谈起阿诺德·汤因比（Arnold Toynbee）的“累进简化法则”（law of progressive simplification）。他指出，汤因比这位伟大的英国历史学家研究了 22 种文化的繁荣和衰落，“并把自己对人类文明

发展的所有认识总结成了一条规律：**衡量一种文明的发展，要看它能否将精力和注意力从物质方面转到精神、审美、文化和艺术方面，以及这种转变能力的高低。**”

第22章　新鲜空气

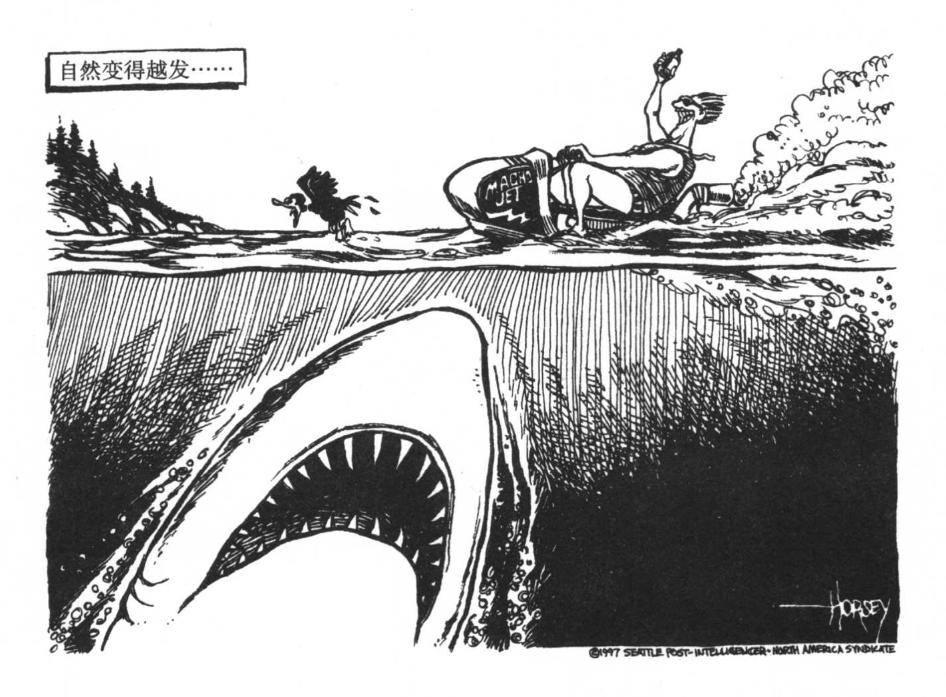
一道水沟——或是一条小溪、一块草地、一片树林、一片沼泽——这里就是开始的地方：我们和其他生物的界限被打破了，泥土在我们手指下，一种与自然肌肤相亲的感觉油然而生。

——罗伯特·迈克尔·派尔(Robert Michael Pyle)，

《雷公树》(*The Thunder Tree*)

在物欲症的时代，为了追求不断发展的便利性，美国文化成了室内的文化。设想珍妮特·琼斯对邻居说：“我们再不用受热了。”在她说话的时候，空调安装员正缓缓驶入车道。在他后面，是一辆装满刺柏、长春藤和盆景的货车，从前种植蔬菜的菜园现在全部改种这类植物。珍妮特穿着拖鞋啪嗒啪嗒地走过肯塔基特有的蓝草地毯，扭过头来又加了一句，“我们早就不自己做饭了，要菜园干嘛?”

在过去 10 年里，“且停嗅花香”的古老谚语，堕落成了“醒来闻咖啡”的讽刺话。我们再也没时间去亲近大自然了。我们学会了对鲜花视而不见——让庭园设计师去搞定它们吧。



你与大自然的联系越紧密，你需要的钱或是你想要挣的钱就越少。如果你的目标是要摆脱物欲症，大自然治疗法大概算是一种途径。

说知道就行了

2003 年，34% 的美国人在民意调查中说，购物是他们最喜欢的活动，17% 的人则选择了回归自然。拉斯维加斯地带是全国排行第一的“风光之旅”。当问到是喜欢在室内玩耍还是室外玩耍时，1/4 的人回答：“室内，因为房子里才有插座。”还有个孩子拿小棍子戳了戳一只死掉的甲虫，然后对朋友说，这只昆虫肯定是电池用完了。纽约市区一群中学生对饮水来源进行实地考察旅行，竟被坎兹克尔斯(Catskills)① 凉爽的星空之夜和无边无际的寂静吓坏了。

“我还以为土豆是长在树上的，”大卫最近帮助一个女大学生在她家后院布置菜园时，女大学生这样说，“我想我需要对食物是从哪里来的了解得更多一些。”自然学家鼓励我们从熟悉自己的后院和城市的露天场所开始，重新进入真实世界。这有助于回答我们脑子里那个久久徘徊不去的问题：我们到底在什么地方？

你能辨识出本地生活的若干重要物种以及自然界发生了哪些重要的事吗？

生物小问答

1. 跟踪饮用水的源头，观察降雨之后水是怎样流入家家户户的水龙头的。

2. 描述你家附近土壤的样子。

3. 在当地文化里有哪些主要的生存技巧？

4. 说出 5 种可食用的当地土产植物，以及它们的成熟季节。

---

① 纽约附近的著名风景区。——译者注

5. 你家的垃圾是被运到什么地方处理的?

6. 说出当地生活的5种留鸟或候鸟。

7. 当地有哪些动物种类灭绝了?

8. 在你居住的地区，哪种野花最先开花?

9. 在你居住的地区，可以找到哪些岩石和矿物质?

10. 在你生活的地区，范围最大的野生区域在什么地方?

——根据比尔·德沃尔（Bill Devall）和乔治·塞欣斯（George Sessions）合著的《深层生态学》(*Deep Ecology*) 改写。

维持生命的文明

原本由大自然免费提供的服务，被人们一种接一种地包装起来，放到市场上。想想瓶装水、家用桶装水或是虚拟晒太阳的室内晒肤美容院吧。人类和自然的接触，变成了人类与自然的合同，连氧气都有卖的。但很多教育家和思想家认为，随着我们与自然日益隔离，出现了一种“体验的消失”。就像是盘子里枯萎的一小枝西芹，社区公园也往往没什么自然气息——有时候因为犯罪的发生还很不安全。一些人了解自然的惟一途径，就是观看电视上咯吱作响的植物形象，比方说爆米花。

但电视并不能传达多维的、感官的、交互性的现实。它只能从视觉领域进行传达——通过一组显像管。但我们并没有闻到、触摸到大自然，也不曾体会到微风拂面的感觉。除此之外，电视里的自然常常是加工过的自然——假得像塑料花一样。镜头对准威风彪悍的狮子，无情地扑向正在觅食的羚羊、胡狼和瞪羚——这样一套拍摄于非洲的典型自然节目，是从上千个不连贯小时的录像带里剪辑出来的。实际

上，狮子跟你家里养的宠物猫一样懒，有时候一天会睡20个小时。即便如此，跟在两头狮子交配之后的片段，肯定是“在两三分钟的怀孕期过后，幼狮就欢闹着登场了。永恒的食肉循环继续上演……”

这一段话出自比尔·麦吉本（Bill McKibben）的《信息遗失的时代》（*The Age of Missing Information*），他用在纽约北部乡村远足一天所包含的信息量，跟同一天100个有线电视台所包含的信息量做了比较。他花了几个月的时间观看每一段录下来的节目，他评论说，在受商业影响的头脑里，存在着大片虚假的废墟。他写道：“我们相信自己生活在发生过一场‘信息革命’的‘信息时代’。然而，有关我们是什么、我们住在哪里，这些人类代代相传的重要知识，却超出了我们的掌握。”在100个小时的节目里，他几乎得不到什么信息能丰富自己的生活。

然而，在麦吉本为期一天的远足里，却发生了各种事情。7只秃鹫从容不迫地在他头顶上盘旋——靠得很近，他几乎可以数清它们的羽毛。“这种被观察的感觉，简直令人无法忍受——甚至带点色情味，”他在书里说，“在这种时候，我感到自己十分渺小，容易遭到攻击，就像是个弱者。”然而，他知道自己这一天与秃鹫、水凫和画眉的邂逅，绝不会成为斯皮尔博格的电影素材。“鸟兽们并没有弄得我全身是血，没有追赶我，也没有朝我大吼。我没有投出标枪射死了什么东西；也不曾看到什么生物在古老而神奇的交配典礼上长出巨大的气囊来。”可是，真实的体验让他感觉十分积极——而不是消极的活着。

在《信息遗失的时代》的结束语里，麦吉本提醒我们，要注意摆在人类和现实之间的虚拟鸿沟：

在“你在烹饪”（Now You're Cooking）节目里，一位女士用超级

汉堡做生菜炖小猪。“在我们家有个约定，谁第一个起床，谁就去热超级汉堡。”

在池塘里，清晨的阳光洒在水面，鸭子来来回回地游着，并把头伸进水波的涟漪里。

克服惧家症

麦吉本和其他很多人指出，随着我们疏远了我们在地球上的邻居们的起源、习惯和需求，我们也失去了生物平衡感。正如心理学家切利斯·格伦汀（Chellis Glendinning）写道，“我们疏远了自己惟一的家园，我们变得无家可归。”

从进化的角度讲，我们可能会失去维持生物体正常运作的现有平台。比方说，要是没有了分解细菌存在的健康环境，我们大概会站在及膝深的恐龙尸体堆里。而且我们丧失了了解什么是对什么是错的一种途径。生态学家奥尔多·利奥波德（Aldo Leopold）认为：“如果一件事能够保护生物群落的完整、稳定和美丽，它就是正确的；反之则是错误的。”但让我们面对事实吧：我们大多数的日常活动和标准操作程序，都违背了利奥波德的法则。我们对生物群落一无所知，更不要说它需要什么了。

教育家大卫·赛波尔（David Sobel）把我们对自然的隔绝叫成“惧家症”——一种闻不到花香、不会种花，甚至根本不知道鲜花为何物的病症。“惧家症是对石油泄漏的恐惧、对雨林毁灭的恐惧、对猎杀鲸鱼的恐惧、对关节炎的恐惧。实际上，它就是害怕到户外去。”赛波尔解释说。害怕微生物、害怕闪电、害怕蜘蛛、害怕尘土。他认为，要治好惧家症，必须加强与自然的联系。“湿漉漉的运

动鞋和沾满泥浆的衣服，是理解水文循环的必要条件，”他说。在《冲破惧家症》（*Beyond Ecophobia*）一书中，他描述了克服“时间病”、重返更自然步调的魔法。

我带着6岁的儿子艾利和他朋友朱莉安一起去划独木舟。我们计划沿着亚士维拉河划两英里，一个成人只需划一小时。结果，我们逗留了四五个小时。我们从河底捞出了上游高尔夫球场飞出来的高尔夫球。我们观察树荫里的小虫，浅水里的游鱼。我们在支流口停下打野食，并在沼泽地里走了好长时间。跟着海狸留下的踪迹，我们沿着倒下的树干小心翼翼地往前走，穿过沼泽的时候连鞋也没弄湿。我们看到了春天的鲜花，我们试着捕蛇，我们迷路了，最终又找到了出路。用孩子缓慢的步调生活，真棒啊！

自然：名词还是动词

20年前，一个夏天的晚上，一道尖利刺耳的声音，犹如一把锋利的猎刀般划破长空，惊醒了大卫一家人。家里的4个人全都吓得汗毛倒立，村里所有住户的灯都亮了起来。凌晨4点，大卫的孩子双腿颤巍巍地站在沙发上，朝屋外的黑夜里凝望。他们希望瞅上一眼刚才在前院里出现的美洲狮。这段原始的经历，把他们和人类在进化过程中一直害怕而又好奇的动物联系了起来。能拥有这段经历，他们感到很幸运——尽管那天晚上没人再睡得着觉。12年之后，大卫的儿子科林在科罗拉多基督圣血山脉的一块岩石上，注意到一具动物残留的骨骸。他们正在研究躺在岩石上的这具羚羊骨头，科林突然大声说：“一只美洲狮把羚羊拖到这里吃掉了。”他很喜欢这如同博物馆展览般的真实场景，也喜欢侦探工作。

但大卫的生活经验，让他产生了不同的想法。他搬下了羚羊骨头，把它的头骨从脖子上拧断，当做是这次远足的纪念品。颈椎骨断裂的声音，令他觉得生硬刺耳——他回想起多年前在前院里听到的声音。他赶紧把头骨放回了原位。尽管科林很快就原谅了大卫的冲动做法，但两人还是在当天下午花了几个小时探讨人类拥有自然、成为大自然支配者的既成观念。

在电视模拟自然的步调和景色的干扰下，我们总是期待看见大事件和奇观。而孩子则比成人更容易投入到大自然的微小细节当中。“你到哪儿去？”家长问。“出个门。”“干什么呢？”“噢，什么也不干，闲逛。”孩子回答，但在他脑海里，有着截然不同的清晰答案：去找找大红枫叶下盖着的，几乎是完整无缺的知更鸟蛋壳。

大自然的魔力

野外协会的领导人罗伯特·格林威（Robert Greenway）常年行走在郊外的小路上，他一直留存着自己内心的孩子气。他还尝试从其他人身上挖掘这一特点，并且取得了切实的成效。上千名参加野外旅行的人（既有成人也有孩子）都认为，大自然的确有着特殊的魔力：

- 90%的参与者形容自己比从前更活泼、更健康、精力更充沛。
- 77%的参与者形容自己的生活发生了巨大的变化（在人际关系上、在工作问题上、在房子问题上，或是在生活方式上）。
- 60%的男性和20%的女性指出，旅行的主要目标是克服恐惧、挑战自我、突破极限。
- 90%的参与者戒了烟瘾、巧克力瘾或汽水瘾。
- 57%的女性和27%的男性认为，旅行的主要目标是“回到大

自然之家”。

- 76%的受访者报告说，在野外生活72个小时之后，他们做梦的数量、鲜明度和内容发生了巨大的变化。

即便跟自然已经变得很疏远，但我们从直觉上知道大自然是有益的。观赏着优美的绿色风景，病人复原得更快。在马里兰州的公路小站，居民们搬到原木修建、阳光充足的新家之后，因为情感或精神上受到创伤而自杀的比率大幅下降。透过窗户和天窗，人们能看到自然的光线和植物，这似乎能够平抚情绪。

像格林威这样的人敦促我们“醒悟过来”。通过闻到、接触到、品尝到大自然这种方式，我们可以逐渐清除掉头脑里的一些垃圾。格林威说，“在野外旅行时，人们大概花4天时间，就能做‘自然的梦’，而不是‘繁忙梦’或‘城市梦’。对我来说，这个模式意味着我们的文化只有4天的深度。”与此相反，约翰·麦克菲（John McPhee）认为地球生命的历史“源远流长”。比方说，如果没有6 500万年前的蕨类、藻类和原生动物（从源远流长的角度来说，6 500万年也不过相当于昨天），我们现在也不会有让人着魔的石油了。

醒悟吧

当我们用鼻子、皮肤、肺和大脑体验大自然之后，我们会觉得强迫性的工作和时间期限所造成的压力很可笑。膨胀的自我逐渐融入一些更宏大的东西。我们把自己看做是生物圈中的完整一员，这种感觉真是棒极了！我们不再光想着人类—票子—房子—车子，我们终于理解了我们是谁，我们在哪里。我们在现实中找到了它，我们是人类—

土壤—谷物—水果—微生物—树木—氧气—食草动物—鱼—盐沼，等等，等等，等等！我们开始怀疑把自然当成一辆旧车来使唤的逻辑和伦理。

几年前，拉娜·波特（Lana Porter）醒悟过来。她在科罗拉多州戈尔登的菜园里辛勤劳动，把从前片草不生的荒地弄得欣欣向荣——对她来说，菜园是她生命的延续，也是生活的一种方式。“这些年来，我在这块菜园里吃得特别好，”她说，“有机农作物给了我能量，让我工作得更起劲，获得了更多精力。这是一个健康的循环，我的支出因此减少了一半。我购买杂货的钱降低了，我的医疗费降低了，我不用再付钱去锻炼身体，我的交通费也降低了，因为我无需为了取悦自己而长途跋涉。”

有人问波特最喜欢自己伊甸园的哪个地方，她回答说：“我喜欢它给我头脑带来的转变。当我灌溉农作物、播种或是在田间耕作的时候，我什么事儿也不去想——这跟我以前累得要死的电脑程序员生活截然不同。人们告诉我，我应当更有效率地照料自己的庄稼——使用定时灌溉系统、化肥和杀虫剂——这样我就能少费点时间。但这种方式，割断了栽培者与菜园的联系。关键就是要在植物上花更多时间，照顾它们，少把时间花在适应这个世界变化无常的奇思怪想上。”

和波特一样，还有其他许多美国人察觉出，大自然的复杂性和过度简化的科学之间存在很大差异。一个是多汁的、有益健康的好吃桃子，另一个是从贫瘠土壤里生长出来的肉多却没价值的桃子。

自然并不在“那边”，它无处不在。了解你家后院栅栏的木材是怎样生长的，这就是自然。知道蛋糕里的成分是否符合人类所需的营养，这就是自然。走到商店里，停下来跟邻居打个招呼，问问他种的是哪种常青植物——这也是自然。

原书缺页

第23章 回去工作

市场对我们孤独的自我阿谀奉承，却无法满足我们对社区的渴求。它们提倡个人主义目标，而不是社会性目标；它们不断怂恿我们说“我想要”，而不是“我们需要”。

——本雅明·巴伯（Benjamin Barber），

《我们的家园》(*A Place for Us*）一书作者

就算你不出席别人的葬礼，他们也不会来找你。

——棒球明星尤加·伯拉（Yogi Berra）

一场大病之后重返世界，有什么感觉比这更好吗？再见吧，白天的电视；你好啊，我的精力！问题在于要引导精力的生产效率。甘地说："生活不仅仅是加速运转。"我们或许还可以加上一句，生活也不仅仅是增加贪欲。

10 的力量

人类自古以来一直通过部落或氏族分享智慧，从来就是社会的动物。虽然我们从来没把围在火堆边叫成是"行使公民权"，但其本质的确如此。在明确地叙述表达共同价值观和目标的过程中，这种活动起着重要的作用。

虽然火堆现在已经成了起居室里的人造火炉，但这种活动的作用未曾发生改变。西北地球协会的董事迪克·罗伊住在波特兰，他到人们家里组织讨论小组，目标是"把参与者从广告信息里扯出来，鼓励他们为自己思考。"

自我发现和个人动机的任务是崇高的，但该协会所使用的方法却很低调。"我们可不想做老师和传道士，"罗伊说，"我们只是一种资源，帮助人们向他人表达出自己最崇高的价值观，并将他们的行动和这些价值观统一起来。"

为什么人们肯花时间参与这些长达 9 课时的讨论小组呢？或许是因为它们能帮助人们便利地表达社区和工作场合所缺乏的公民职责和社会感。罗伊发现，10 个人的小组最有助于分享观点、故事，激发个人的转变。"我们看到，通过动员和鼓励，参与者逐渐了解并意识到某一问题——比如说汽车的负面影响——的后果，并且有意改变，采取行动。"

“一位叫罗斯玛丽·科德洛的妇女，是出色的劳工法律师，”他回忆说，“参加了我们的课程以后，她的生活发生了根本性的转变。她变卖了自己的汽车和职业套装，为建立低成本、‘环保’住宅开办了一个非营利基金会。她说自己感到前所未有的快乐。”

罗伊还发现自己所住的街区也发生了变化。“我们这个街区有 25 家人。就在我们街区后面，有一条深沟。我们围绕它成立了一个小组。我们整理了一份邻居名册，为当地农民运输农产品安排了一个卸货点，并在每个星期五晚上聚到一起打扑克。我们还安排了邻里工作小组，清理填平深沟。如果有需要，我们还会互相帮助完成彼此的家庭项目。”

这是一个很诱人的概念——在需要的时候获得帮助。“我把我们的工作叫成‘以目标感团结在一起’，”罗伊说，“我深信，要是我们能让全美国的每一个人都参加我们的讨论课程，我们能够在一夜之间改变美国的文化。”

根据对行为转变如何以及为什么发生的研究来看，罗伊的想法很对头。所需的一切重要因素无非是承诺、信任和目的感。30 年前进行过一个经典研究，研究员扮成海边的游客，在另一位晒太阳的游客旁边铺了一张毯子。过了几分钟，他问：“真不好意思，我是一个人来的，我没带火柴——您有火吗?”接着研究员站起身去找火，把自己的毯子和收音机留在了海滩上。不久，第二个研究员跑过来，偷走了收音机。在 20 次实验里，旁边的人主动去追小偷的只有 4 次。可是，如果头一个研究员对身旁的人说：“帮我照看一下东西”，那么在同样的 20 次实验里，旁边的人去追小偷的次数上升到了 19 次。我们惟有对他人做出了承诺，才会采取行动。

类似的研究还表明，书面承诺比口头承诺更有效。人们使用了 3

种不同的实验方法，鼓励家庭重复利用新闻纸。一组家庭收到了强调重复利用重要性的宣传小册子。第二组做出了口头承诺，第三组在说服下签订了书面承诺。做了口头承诺的家庭，重复利用报纸的比例，比只收到宣传册子的家庭高。可是一年后进行的后续调查发现，只有签署了书面承诺的家庭仍然在重复利用报纸。

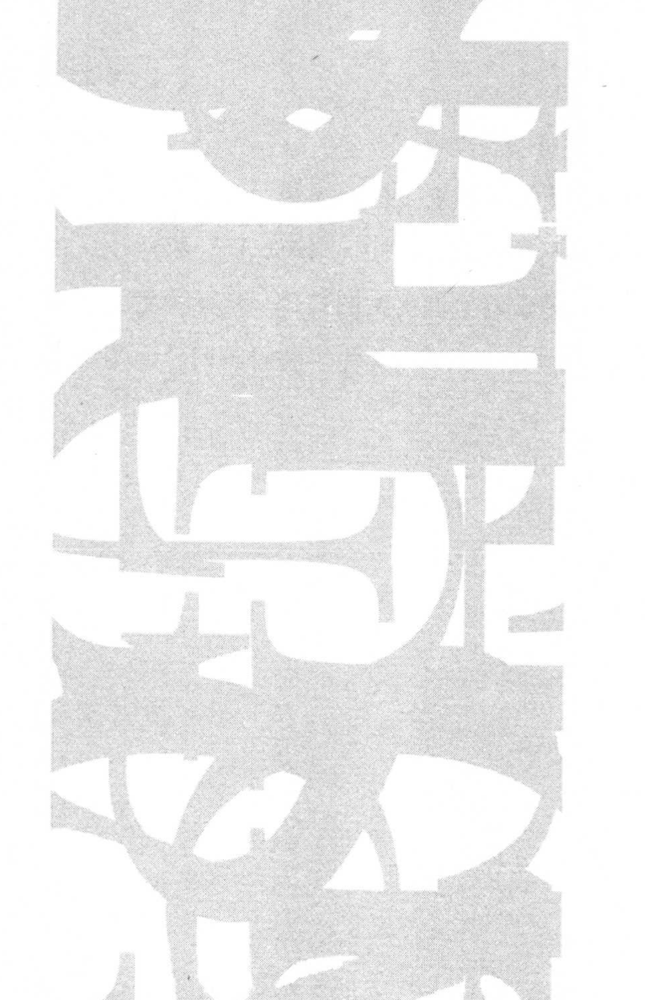
负责任的财富

另一些好转的迹象来自一个似乎不太可能的地方——富人和名人阶层。如果有人告诉你，“这屋子里全是百万富翁”，你大概会以为门后面正进行什么只手遮天、勾心斗角的交易。但它也可能是“负责任的财富”这家组织在召开会议，百万富翁们商量该如何散去千金。

最近生效的一条法律削减了资本收益税，该组织旗下四百多名成员本可以从中获得不菲的收入，可他们把这笔钱重新分配了出去。他们还反对近来说客们要求废除房地产遗产税的努力，实际上，这项税收针对的目标仅限于他们这种人。该组织的创始人之一迈克·拉非姆（Mike Lapham）说，“社会顶层的人们住在防守严密的社区里，底层的人们被关在牢里或是在穷困线上挣扎，这不符合社会的长远利益。”歌星雪儿（Cher）和女演员克里斯廷·拉蒂（Christine Lahti）也是这家组织的成员。

另一位成员，软件百万富翁迈克尔·麦克盖欧（Michele McGeoy）说：“如果我只需要看着股票往上涨就能赚钱，而有人却辛辛苦苦地当老师挣工资，我凭什么该缴更低的税呢？从经济上看这对我或许更有利，但它不能带来一个健康的社会。”

这些人是怎么啦？他们干嘛不继续飞快地挣钱，回去搞他们的合并和收购呢？显然，这是因为他们已经到了“挣够了”的地步。现在，为了共同利益而努力，能带给他们更大的满足。从某种意义上来说，他们是在重新投资自己的钱——不光是为了获得利润，也是为了帮助别人。



第24章 疫苗和维生素

为抗击环境污染奋斗了多年的人们，突然之间意识到，我们或许还有一个更棘手的问题要先解决，那就是净化我们精神环境里的有毒区域。

——“广告克星”凯利·拉森

俗话说得好，事先预防一分钟，事后治疗十年功。每年秋天流感盛行的时候，我们中不少人都会认认真真地预防。一旦觉得病毒来了，我们就往嘴巴里扔维生素 C，希望莱纳斯·鲍林（Linus Pauling）① 的说法千真万确。当然，要预防缓解物欲症的影响，目前还没有什么针剂、药丸可用。但我们周围有一些效果显著的抗病毒疫苗，能帮助我们对抗物欲症，其中一些还能像维生素一样帮助我们免遭病毒的侵害。

灵活缩短工作时间

在安德斯·海顿（Anders Hayden）少有人知的重要作品《分享工作，休养地球》（*Sharing the Work*, *Sparing the Planet*）中，我们可以找到全世界有关缩短工作时间的一些出色想法。

员工和雇主可以自愿选择其中的任何一种设想，但缩短工时的法律条文应当明确规定，如果老板让员工每年工作超过1 500小时的最大限度，就要处以巨额罚款。

民意测验显示，半数美国员工都愿意减少一部分工资，以换取更短的工作时间。但我们不能减少多少工作时间，就相应降低多少工资。工作时间缩短后，员工们每个小时的生产效率会提高，缺勤率会降低，健康状况会得到改善。因此，就像凯洛格在 20 世纪 30 年代认识到的那样，30 小时工作周至少应当获得 35 小时、甚至更高的报酬。实际上，20 世纪 90 年代，印第安纳波利斯市的一位商业咨询师

① 莱纳斯·鲍林获 1954 年诺贝尔化学奖和 1962 年的诺贝尔和平奖，也是宣扬维生素 C 医疗功能的先锋，他每天服用 10 克维生素 C，几十年都没有感冒。——译者注

雷·黑利（Ron Healey）就曾说服几家当地企业采取他所谓的“30－40”计划。员工每星期工作30小时，而雇主给他们40小时的工资。在大多数企业，生产效率有了大幅提高，实验获得成功。

“夺回时间”运动

为了抗击物欲症，我们不应当对用收入换取自由时间感到害怕。除了硬性规定员工每年总工作时间不得超过1 500小时之外，法律还应当保障：在生产效率提高的前提下，员工有选择进一步缩短工作时间——而不是提高工资——的权利；或是在生产效率不变的条件下，员工有选择降低工资、减少工作时间的权利。

“简单生活论坛”发起了一项名叫“夺回时间”的全国性活动（www. timeday. org）。它和其他组织——包括“母亲应当获得平等权利”（www. mothersoughttohaveequalrights. org/）和“工作是为了生活”（www. worktolive. info/index. cfm）——一起，提出了6点有关工作时间的立法建议：

1. 保证父母的有薪产假。

2. 保证所有员工能享有一周的带薪病假。

3. 保证所有员工每年能享有三个星期的带薪年假。

4. 限制雇主可利用的强制加班量，使员工享有拒绝加班工作的权利。

5. 把选举日定为全国性假期，美国人需要时间来履行自己的公民和政治义务。

6. 让美国人能更轻松地选择兼职工作。为兼职员工提供等值小时工资，保障他们的晋升，按比例分派津贴。

逐步退休

还有其他一些用金钱换时间的方式。很多学者能够享受周期性休假的待遇，也就是每隔一年或几年休息 3 个月，在此期间可拿到一部分薪水。为什么不建立一个制度，允许所有希望且愿意休假的员工，每隔 7 年或 10 年周期性休息一次，工资酌情减少呢？我们都需要给电池充充电。

或者建立一个逐步退休的制度怎么样？对很多人来说，如果工作时间突然从每个星期 48 个小时变到退休后的 0 小时，我们的自尊心会受到重创，而且会感到极度无聊。我们能够设计出一种允许员工逐步退休的养老和社会保障体系。比方说，到了 50 岁，我们每年的工作时间缩短 300 个小时——差不多 8 个工作周。55 岁，再缩短 300 个小时。60 岁，再缩短 300 个小时。65 岁，再缩短 300 个小时。现在，我们每年的工作时间减少到了 800 小时（假设当前年工作模式不变的话）。我们可以选择完全停止受薪工作，或者在能力所及的情况下，每年继续干 800 小时。

这种做法，能让我们在彻底退休之前，学会品味悠闲、从事更多志愿工作、拓宽自己的思想。它能让更多年轻员工找到职位，年纪大的员工则可以留下来指导他们。对年纪大的员工来说，他们既能继续从事自己的事业，也能找到更多时间平衡自己的生活。

另一种让员工在事业不同阶段享受“提前退休”待遇的做法是为他们提供更多教育子女的时间。这种观念在一些欧洲国家很流行：受薪工作总年限由一定量的时间所组成，但员工可以灵活地安排这些时间。

企业责任

要求企业承担产品生命周期的一切责任，是减少消费负面影响的另一种方式。这个想法在欧洲得到了广泛接受。保罗·霍肯、阿莫里·洛文和亨特·洛文合著的《自然资本论》（*Natural Capitalism*）一书，对其做了简单而详尽的解释。公司将不再出售产品，而是把产品租借给我们。等产品到达使用年限后，由同一家公司加以回收和处理，节约从前的资源。

这种"从摇篮到坟墓"的想法，已经赢得了不少公司的支持。全球最大商用地毯制造商 Interface 集团公司 CEO 雷·安德森（Ray Anderson），以及所有加入"自然脚步"运动（The Natural Step movement）的企业，都同意为其产品承担终身责任。"自然脚步"运动在欧洲得到了迅速发展，在美国也有不少追随者，其中包括几个州的政府。如果公司愿意承担所有的责任，它们必须在产品价格中加入服务成本。

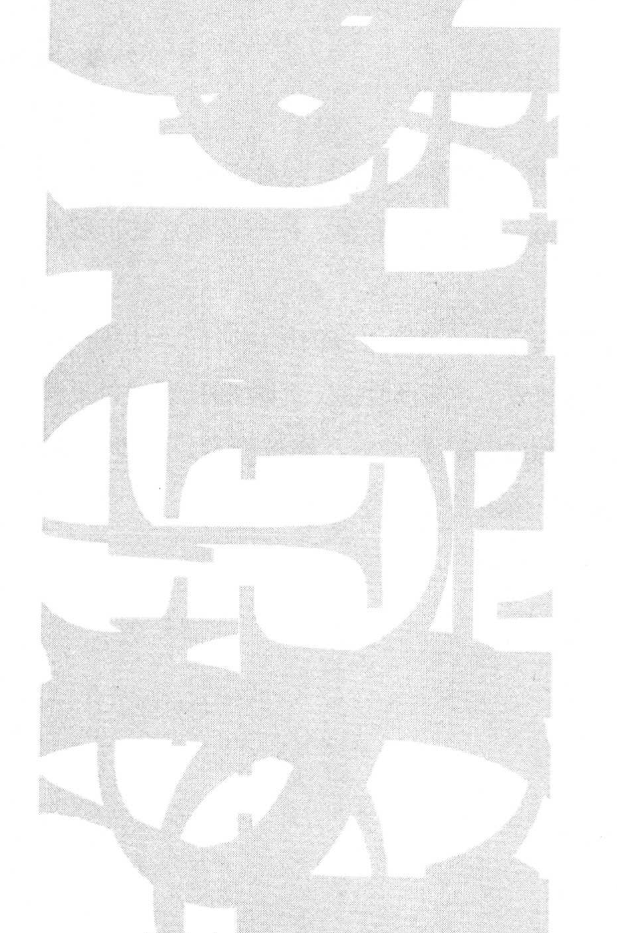
别再虐待孩子

消费者辩护人拉夫·奈德曾经把近来瞄准儿童的营销高潮称做"企业对儿童的虐待"。就好像厂商们心照不宣地在孩子们聚集的所有地方散布病毒，让孩子们感染物欲症。是时候保护孩子了。至少，我们应当把商业至上主义拦在学校的大门之外。

其次，我们应当开始限制针对儿童的电视广告。瑞士和加拿大的魁北克省已经对这种广告加以明文禁止。如果你是位家长，你或许希

望电视广告不再紧紧地控制自己的孩子。而且，对所有广告课以重税，能够向企业化的美国传递一个强烈的信息：限制物欲症的扩散是件严肃的事情。

抗击物欲症能减少我们的压力，带来更多的休闲时间，让我们的身体更健康，让我们的寿命更长。它能为家庭、朋友和社区提供更多时间。它能减少交通堵塞、减少公路狂躁症、降低噪音、减少污染，创造出一种更温和、更优雅、更有意义的生活方式。



第25章 年度体检

国内生产总值里包括空气污染、香烟广告，还有处理高速公路车祸现场的救护车。它还得把我们门上特制的防盗锁算进去，把关押撬开防盗锁的小偷的监狱算进去。它没有考虑我们家庭的健康状况、人们受教育的质量、游戏时的乐趣。

——罗伯特·肯尼迪，1968 年

患了癌症的病人需要进行定期身体检查，观察病情发展。物欲症同样如此。一旦走上复原之路，每年进行体检能防止旧病复发——要是因为疏忽而忘了检查，病情恶化起来，不仅要用掉大量金钱，精力也损耗不少。债务、广告的感染性、物质占有欲这些徘徊不去的病菌，不仅会造成个人病情的复发，还会引起社会和国民经济问题的再度泛滥。体检不仅有助于跟踪到细菌的藏身之处，还能把它们“消灭掉”！

我们在这里想指出的是，诸如投资回报率、税收收入和国内生产总值等数量指标，并不能告诉我们有关健康的各方面情况。我们将介绍一些能给出更全面数据的指数：个人消费量审计、社区指数、真实进步指标（GPI），甚至高烧指数。

我们的温度升高了吗

高烧指数包括10个重要变量，能显示出美国每年物欲症是在好转还是在恶化：

1. “暴饮暴食尺度”，测量人均矿物燃料消费量。

2. “变动幅度”，测量新房屋平均面积。

3. “牛市报表”，跟踪人均广告支出。

4. “肥猫指数”，揭示10%最富裕人口和10%最贫穷人口的收入。

5. “浪费量”，衡量人们扔掉（不加以重复利用）的报废电子产品总量。

6. “时钟市场”，反应雇主所提供的休假时间、病假、事假和产假总数。

7. “腰围”，测量肥胖平均值。

8. “航空量”，每年飞机飞行总里程数。

9. “债务表”，测算人均消费债务量。

10. “照顾分享量”，衡量人均慈善捐助量和其他可免税赠与的数量。

够了吗

生活的复杂性常常被归结为一个挑剔的问题：“我们有足够的钱吗?”《钱还是生活》一书的合著者维奇·鲁宾认为，这个问题过于狭隘了。在指出金钱是我们用生活的精力换回来的之后，她问道：

对于我们付出的生活精力，我们获得了同等程度的满足感和价值感吗?

我们所付出的生活精力，和我们的价值观、生活目标相一致吗?

你肯定不指望单靠体重就判断出一个人有病没病。血压本身也无法告诉你人的健康状况。同样，各项支出的总和（比如国内生产总值）只是盲目地衡量了数量而非质量。它不能判断繁荣和生存之间的区别。

创造个人历史

你早晨起床时是否焦虑，是一个衡量健康或生活愉悦度的简单办法。可残忍冷酷的事实是，你很可能早晨精力充沛地跳下床，可下午3点就被公司炒了（所谓生活的愉悦不过如此了）。还有更糟的，你突然发现得了一种比物欲症还严重的病，只有一年好活了。你真的做了那些最重要的事情吗——比如育人、将思想和自然之间建立联系?

因为忙着挣钱花钱，你有什么总是想做却总没去做的事吗？你怎样才能做更多你觉得最骄傲的事情呢？

这些才是敦促我们反省人生、重新控制生活的问题。诚实的回答能够剥去幻想和老一套的模式。它们有助于揭示真正重要事情的核心。著名心理治疗师欧文·雅洛姆（Irvin Yalom）评论说："一个人不掌握生命，就是让他的存在变成偶然。"

重新安排生活的良好第一步是找出你认为最有价值的事。用一个记事本记下你生活中最有意义的事件，包括个人关系、出生和死亡、成就、冒险、启蒙和失望等各个方面。回忆你成年后居住的第一处房子，你第一次堕入爱河的情形。注意物质财产的相对重要性。它们是否完全满足了你生活中关系、情感和活动的需求呢？

现在，概要地写出对你来说最重要的原则——比如公平、信任、无条件的爱、关爱自然、经济安全感、勇敢、维持健康等。这些是你做出人生决定的基础，因为它们是你最高最好的价值观。把这些原则应用到你的人际关系、事业和对未来的计划中去，问你自己：对财富和物质的不断追求，是否得不偿失。

当你开始进行年终检查时，拿出你的记事本逐项对照比较。在过去一年的生活里，发生过什么"重大惊喜"吗？在未来的一年里，有哪些事变得不再那么重要了呢？在过去的一年里，哪些人是你最敬佩的呢？你是否遵循了个人伦理规范，是否有什么可以宽恕的小小例外呢？

什么是真正重要的事

现在是时候挥出致命一击了——睡个好觉，物欲症！根据你的年

度支出对照个人历史和价值观，你可以判断出自己所过的生活是否如意。你的消费支出与真正重要的事情互相协调吗？你在房屋、娱乐或电器设备上的开支多吗？你的支出状况是否迫使你加班工作，反过来减少了你的家庭时间？你对自己所做的慈善捐助感到快乐吗？你花的钱令你有所收获吗？

社区检查：维持性指标

最近的《丹佛邮报》（*Denver Post*）上报道了多个民意调查，从全国范围来讲，该市在“适于居住性”上的得分颇高。但同期报纸上还报道说，丹佛日益增加的交通问题同样排在前头。当然，凡事总归有喜又有忧，但你到底能承受多少的忧呢？

十多年前，西雅图的社会活动家们就曾问过自己这个问题。当时他们把各大企业领导、市政官员、医生、环境学家和其他一些专业人士请到一起，设计一份都市地区维持性指标的对照清单。（他们所谓的“维持性”，指的是“文化、经济、环境和社会长期的健康和活力。”）连续跟踪40个指标并非易事，但项目协调员李·哈彻（Lee Hatcher）坚信，相较于财物价值和居住状况等传统的测量标准，这些指标能更全面地反映出西雅图地区人民、环境和经济的健康情况。

2005年，“永续西雅图”（Sustainable Seattle）计划开始对各项指标进行分析，在必要的方面加入新指标（参见表25—1）。哈彻指出，指标之间的联系有助于培养社会的整体性思维。“比如说回来产卵的野生鲑鱼数量这个指标，”他说，“它和经济有关——旅游、娱乐和钓鱼；也和环境有关——伐木工业、街道上排出的污染

溪流的废水。如果我们开始看到更多的鲑鱼，那或许意味着我们对鲑鱼的栖息地照顾得更好了。”

如果一个社区里，有着出色的儿童“艺术教育”，那么“青少年犯罪率”就可能下降，高中毕业率就可能提高，“整体就业率”也会提高。然而，要是“贫困儿童”的数量增加，犯罪率和疾病率都会提高，从而给社区带来长期的伤害。

表 25—1　　西雅图的 40 个维持性指标（2000 年）

野生鲑鱼数	可再生和不可再生的能源利用情况	教师人种的多样性
湿地	就业的集中性	艺术教育
物种多样性	真实失业率	学校里的志愿者参与情况
土壤浸蚀	个人收入的分布	青少年犯罪率
空气质量	医疗保健支出	青年人参与社区服务情况
街道是否适于散步	满足基本生活要求所需的工作时间	司法公平性
市内小区里的露天场所	住宅可承受比率	婴儿低出生率
不透水地层	生活在贫困中的儿童	儿童哮喘病的医院收治情况
人口	急诊室的使用	选民投票率
住宅用水量	社区资金	图书馆和社区中心使用率
固体垃圾的产生和反复利用	成年人识字率	公众参加艺术活动的情况
防止污染和可再生资源的使用	高中毕业率	园艺活动
农田面积		邻里友善度
汽车行驶里程和燃料消耗量		居民感觉到的生活质量

琳达·斯托姆（Linda Storm）在西雅图居住了18年，对她来说，这些指标为她所重视的特殊生活品质提供了重要反馈信息。“永续西雅图的意义，在我来说就是能够找到一个靠家近的地方，散步，拜访邻居（街道是否适于散步、市内小区里的露天场所、邻里友善度），呼吸新鲜、干净的空气（空气质量），看到本地植物（物种多样性、湿地）。”然而，由于不透水地层等指标的下降（目前，西雅图59%的土地面积已经铺上了水泥），也使得生活品质随之下降。

这些消息并不总是我们想听到的内容，但获得公共健康情况的相关反馈，至少会刺激人们对问题加以重视。哈彻说：“指标就像是飞机仪表的标准尺和刻度盘。仔细地设计它们，紧密地观察它们，我们就能够了解当前飞行的状态，做出往哪里去的正确决定。没有指标，我们做事就没有明确的指导。”

全国检查：真实进步指标（GPI）

新闻播报员、投资经纪人、借贷人都把国内生产总值当成是衡量全国繁荣度的指标（参见表25—1）。可国内生产总值真的能判断出我们的经济是否健康吗？“重新定义发展”组织的经济学家们并不这样认为。在他们撰写的名为“为什么更大不等于更好”的报告中这样写到：

假设你收到了远方朋友们一年一度的节日信，说这是他们过得最好的一年，因为他们比以前花的钱更多。一开始，雨季到来，房顶漏水，他们在东岸小山上的院子滑坡了。在彻底改造屋顶之前，必须先拆掉大面积的瓦片。此外，还需要找工程师防止院子继续滑坡。不久

之后，简在车祸中弄断了腿。必须住院、动手术、物理治疗、修车、雇人整理房子，这些都得用掉他们大量积蓄。后来他们又被强盗抢了，换了一台电脑、两台电视、一部录像机和一台摄像机。他们还购买了住宅安全系统，保护新东西的安全。

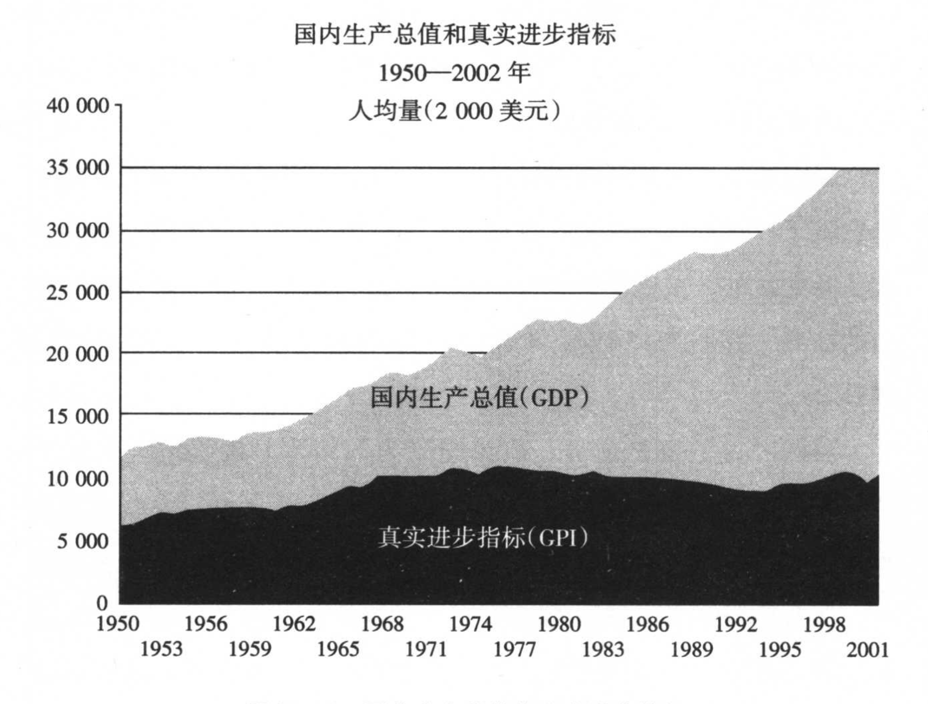


图 25—1　国内生产总值和真实进步指标

数据来源：重新定义发展组织，《为什么更大不等于更好：真实进步指标——2002 年更新版》(*Why Bigger Isn't Better*: *The Genuine Progress Indicator-2002 Update*)。

这些人比从前花了更多的钱，并为国内生产总值的上升做了些许贡献，可他们幸福吗？在这如同地狱般的一年里，恐怕不会。那么国内生产总值持续增长又有什么意义呢？人民更幸福了吗？显然，这要取决于钱是怎么花出去的。

国内生产总值是一种延续了半个世纪之久的准绳，早已成为传统

经济学家的常用药品。而重新定义发展组织的中心任务是揭示隐藏在它里面的“坏点”。虽然国内生产总值越走越高，可所有的东西都冷漠下来了。政客们说，高涨的国内生产总值说明他们的经济政策发挥了作用；经济的全面扩张让投资者感到安心，他们的股票也涨了。可连国内生产总值（以及国民生产总值）的总设计师西蒙·库兹列茨（Simon Kuznets）也认为，“一个国家的幸福，根本不能用国民生产总值这类测量手段来衡量。”

原因如下：虽然所有的数字持续上扬，可很多重要的变量却变得更糟了。正如我们已经提到过的，富人和其他人之间的差距在扩大。除此之外，美国的外债越借越多，这是储蓄失血、家庭债务成山的征兆。我们为矿物燃料所额外付出的经济和环境代价持续攀升。

当城市为了拓宽街道、砍掉能遮荫的树木、家庭被迫购买空调，国内生产总值会提高。父母雇人在白天照顾孩子、夫妻双方出钱离婚、建起新监狱、医生大开抗抑郁药物，国内生产总值也会提高。按照重新定义发展组织的迈克尔·格罗波特（Michel Gelobter）的解释，污染是提高国内生产总值的大户。“国内生产总值至少会把污染统计4次——制造污染、清除污染、医疗保健成本，还有解决诉讼的法律费用。”实际上，通过仔细的分析，我们可以发现，国内生产总值所衡量的经济，大部分是建立在犯罪、浪费和环境破坏的基础上！

和国内生产总值——它把所有的货币交易搅和在一起——相比，真实进步指标是把诸如家务劳动、养育孩子、志愿工作等“无形”资产加在一起，减去以下国民经济中的“坏点”之后所得的结果（参见表25—2）。

表 25—2　　真实进步指标减去的支出

犯罪成本	消除家庭污染的成本	农田的丧失
家庭破裂成本	汽车事故的成本	不可再生资源的耗费
休闲时间的损失	水源污染的成本	长期环境损害的成本
失业成本	空气污染的成本	臭氧层空洞的成本
耐用消费品的成本	噪音污染的成本	多年生雨林的丧失
上下班通勤的成本	湿地的丧失	

作为一种进行全国年度检查的工具，越来越多顶尖的经济学家建议，要反映经济的健康程度，除了统计全年国内生产总值，还需报告真实进步指标。

我们还需要其他测量手段跟踪自然资源的使用情况——我们拥有的东西对比我们使用的东西。类似生态足迹（Ecological Footprint）等测量手段，能帮助我们观察到消费性生活方式每年吞噬的资源，远远快于自然再生资源的速度。就跟用储蓄账户上的钱大肆挥霍的人一样，如果我们再这么搞下去，未来的日子里，我们将无法继续从自然界得到稳定的收益。

瑞士经济学家马希斯·威克那格说："生态足迹在市场分析中找到了立足点。一些银行聘用我们分析政府债券的安全度。他们想知道，这些国家在生态上出现赤字了吗？它们是否在过度挥霍自然财富？"

真实进步指标和生态足迹是有着分析性、实用性优势的常识。国家的活力和个人健康、社区健康一样，跟 PowerPoint 图表、愚昧无知的"一切照旧"无关，而是指国家的健康、环境的健康、自然资本的健康，以及下一代人的健康。对我们社会的各个阶层来说，现在是安排年度全身体检的时候了。

第26章　重返健康

一句话，送给你和孩子：
呆在一起，看看鲜花，轻轻地走。
——加里·斯奈德(Gary Snyder)，《龟岛》(*Turtle Island*)

人人都知道一场大病痊愈后的感觉——突然之间，生命力奇迹般地又回来了！我们急着投入到生病期间落下的事里，很想尝试新鲜东西。我们不再觉得孤独、无力和疏远。治好物欲症后，我们也会这样。假设你的手表上只有两个读数——生命和死亡。当你把最先做的事调整到那些真正重要的方面，表盘上的指针就轻快地指回了生命栏。

在撰写这本书的过程中，我们采访了很多人，他们的观点变成了我们思考的一部分。一位读了我们原稿的读者，在物欲症的受害者和战俘之间看到了相似点。“我们成了一种破坏环境、破坏社区、破坏精神宁静的经济的俘虏，”他说，“想想战争结束后，我们得到解放，那会是怎样一番感受呢？或者是，物欲症从我们生活里清除了出去。我们会觉得何等的自由，何等的轻松。”

另一位评论者在读到美国储蓄率创下历史新低时，想到5 000万毫无积蓄的员工突然退休，他们的生活方式迅速放慢。“肯定会出现大规模拍卖旧货的情况，”他摇摇头说，“我现在就能想像得到：福特 Excursion，基本上全新，300 块。56 英寸的大屏幕电视，免费。温泉浴缸，免费。”

第三位读者认为，我们每家人的客厅都坐着一头大笨象，可我们拼命想要忽视它：它代表我们对不合理的、甚至往往是强迫性的生活方式太过投入。“我们不知道该怎么把它赶出去，所以我们学会了忍受它。”他说。

但或许我们并不需要这么做。抗击臭虫，赶跑大象，我们有几千种办法。虽然大部分在主流媒体里看不到，但古典草根生活方式里早就存在它们的身影。职场上发生了重要的变化，从着装到员工所有权都在变。信仰和精神在复苏，人们对健康更为重视，出现了高质量的

食物、可替换药品、可食用的“绿色”个人化妆品（用麦片做成的润肤霜，稻米和生姜制成的洗发液）。专业住宅开发商最近进行了一次民意调查，发现近年来节能成了买房者最重视的考虑因素。人们已经注意到，在消费的东西和环境现状之间存在着什么联系。很明显，我们的经济在改变。

我们希望本书能为读者提供物欲症的治疗方法，它们已经在上百万人身上发挥了效果。治疗过程的一个共同思路是，承认我们出了问题——在个人、社区、地方和国家层面上都有问题。

回归生活

体制思想家乔安娜·梅西（Joanna Macy）劝说我们的文明做个深呼吸，承认我们有了大麻烦，齐心协力戒除毒瘾。她正根据大自然——以及人类本性——工作的方式，创建一种新的世界伦理观（基于现实的生活方式）。正如她在《回归生活》（*Coming Back to Life*）一书中所说，过去我们把世界看成是部分和片段的集合，但现在我们已经准备好了“大转变”，采取一种新的理解方式。

人类很早就从精神层面上认识到生命互有联系又自我组织，现在，生物学和物理学证明了这一看法。梅西说，科学家们收集到证据，证明世界生物系统“不是一个个孤立的部分，而是保持动态平衡的有机组织——能量和信息的每一个活动、每一种机能、每一次转换都相互联系”，我们长久以来的想法变成了现实。

梅西指出，地球系统利用反馈保持健康——就像自动调温器那样。但她认为，思维狭隘的经济模式压制了人类的反馈。“我们应该为世界的状况感到哀伤，这很自然，”她说，“我们是它的一个完整

组成部分，就像是一具庞大躯体中的细胞。如果身体受了伤，我们能感觉到……然而，我们的文化训练我们把痛苦看成是功能紊乱。我们从广告和选举活动中得出结论，一个成功的人，总是自信满满，乐观向上……要爱好交际，要保持微笑，要是你说不好，就干脆什么也别说。”

但当我们知道环境和文化的诸多方面都生了病，我们该如何采取有效行动去治愈它们呢？“问题不在于我们对世界所感到的悲痛，而在于我们对它的反应，”梅西评论说，“我们努力回避、麻木自己的感觉，从而阻碍了有效的反馈。”同样，我们主动逃避政治和社会活动，削弱了公民的集体权力。如果我们只强调“我”而不是“我们”，从本质上来说，我们就等于是被逐个击破了。

我们生活在“我们拥有地球”、“更快就是更好”等狂妄假想的阴影下。（对后一观点，甘地曾说：“如果你的方向错了，速度又有什么用呢。”）零食多立多滋（Doritos）的一段老广告说出了我们患病的世界观：“想吃什么吃什么，我们为你造更多。”梅西和许多其他人提供了看待世界的新方式，能强化我们的免疫系统，对抗这种僵化的思考模式。他们透过令人眼花缭乱的小玩意，看到了更脚踏实地、更丰富的现实。他们鼓励我们，别再透过商店陈列窗（或在线购物）“购买”人生，而是充满激情地去“实践”人生。

最后的展望

作为个人，我们不用做什么百万富翁才能吃得好、睡得香，或是跟邻居友好相处。毫无疑问，我们真正需要的是减少消费，因为我们快把地球供应的资源用光了，连倾倒垃圾的地方也快没有了。但本书

的核心内容并不在于减少消费以便减少需要，再减少欲望。我们可以追求富人和名人的生活方式进步到追求强调满足和健康的有益生活方式。

想想我们用来抗击各种疾病所花的钱，很多疾病（如过敏、癌症、糖尿病和中风）都是由富裕的生活方式所导致甚至恶化的。可你要记住，物欲症是一种少花钱——而不是多花钱——才能治愈的病。

底线是：当你的时间和整个人生闪现在你面前时，是什么吸引了你的视线呢？在你的人生故事里，清晰、优雅、友善和关爱的时刻占了多少呢？故事主角——也就是你——是显得和生活本身一样伟大高贵呢，还是像卡通人物一样渺小可笑，在堆积如山的东西里狂乱地左冲右突？这就全靠你了，确切地说，是靠我们所有人！



作者们希望向以下人士及机构致以衷心的谢意：

谢谢维奇·鲁宾，谢谢她的鼓励和支持，谢谢她为简单生活付出的艰苦努力，也谢谢她为本书再版撰写的前言。

谢谢维薇亚·宝儿，她是“物欲症”和“逃离物欲症”两套电视节目的助理制片人。她的观察力和思考为这两套节目注入了无穷的活力。谢谢斯科特·西蒙，谢谢他愿意担任“物欲症”的节目主持人，这可真是件可怕的工作；还要谢谢他为本书第一版撰写的前言。谢谢克里斯·德·布尔（Chris De Boer）、弗朗辛·斯特里克温达（Francine Strickwerda）和霍普·玛斯通（Hope Marston），在节目录制过程中，他们做了大量调查和访问工作。谢谢所有为这两套节目做出贡献的人，以及 KCTS 电视台的各位同事们。

谢谢苏珊·塞科勒（Susan Sechler）、皮尤慈善信托（Pew Charitable Trusts）、梅里克家庭基金（Merck Family Fund）、高峰基金会（Summit Foundation）、KCTS 电视台、俄勒冈州公共广播电视台、新道路图基金会（New Road Map Foundation）和国际电视研讨会（ITVS），要是没有他们的支持，这两套节目是不可能顺利完成的。谢谢牛蛙影业的约翰·霍斯金斯—阿伯拉霍（John Hoskyns-Abrahall）和温妮·斯克瑞尔（Winnie Scherrer）以及 PBS 电视台的安·罗宾森（Anne Robinson）。谢谢彼得·巴恩斯（Peter Barnes）、蕾娜·伯恩斯坦（Leyna Bernstein）和潘·卡尔（Pam Carr），谢谢他们在梅莎作家疗养所（Mesa Refuge writers' retreat）为我们提供的无私帮助。还要

谢谢梅莎疗养所的驻站作家乔纳森·罗（Jonathan Rowe）、特瑞·坦皮斯特·威廉姆斯（Terry Tempest Williams）和卡尔·安东尼（Carl Anthony），在他们的帮助下，我们才能够更深入彻底地进行思考。

谢谢所有为本书贡献出故事、文字和点子的人。谢谢“逃离物欲症”的全体主持人：亚聂·昂弗森（Arnie Anfinson）、莫尼克·提尔佛德（Monique Tilford）、旺达·厄班斯卡（Wanda Urbanska）。谢谢弗兰克·列文（Frank Levering）、塞西尔·安德鲁斯（Cecile Andrews），以及简单生活运动的其他自愿参与者。谢谢阅读本书原稿并帮助录入文字的朋友们：道恩·格里芬（Dawn Griffin）、特瑞斯·帕蒂安（Trish Padian）、约瑟夫·韦伯（Joseph Webb）、斯图亚特·拉尼尔（Stuart Lanier）、斯科特·伽斯曼（Scott Gassman）和詹尼弗·丽斯（Jennifer Liss）。谢谢协助调查工作的罗伯特·米尔（Robert Meier）。

谢谢保拉·韦塞尔（Paula Wissel）、大卫·德·格拉夫（David de Graaf）、奥利弗·德·格拉夫和维维安·德·格拉夫（Vivian de Graaf），谢谢他们无私的爱、支持和忍耐。深切缅怀已故的大卫·瓦恩爵士，他的坚定信念鼓舞了他一生的行动；谢谢马乔里·瓦恩，一位睿智而机敏的女性；谢谢科林和利比，是他们鼓励戴维继续投身工作。谢谢戴维所有在和谐村（Harmony Village）的朋友们，他们用各种方式给予这个项目支持，特别是梅肯·考勒斯和基尼·考勒斯夫妇（Macon and Ginny Cowles）、马特·沃斯韦克和林达·沃斯韦克（Matt and Linda Worswick）夫妇、温迪·汉诺非（Wendy Hanophy）、克莱尔·拉尼尔（Claire Lanier）、鲍勃·保罗森（Bob Paulson）和埃迪·盖尔（Edee Gail）。谢谢我们的经纪人托德·肯思莱（Todd Keithley）。

特别感谢支持本书撰写工作的梅里克家庭基金、真北基金会（True North Foundation）、极限基金会（Threshold Foundation）、威登基金会（Weeden Foundation）以及弗雷德·盖勒特（Fred Gellert Foundation）。

谢谢“重新定义发展”（Redefining Progress）组织①的乔安妮·克里让娜斯（Joanne Kliejunas）和全体员工，谢谢他们给我们的帮助和信任。谢谢布瑞特—考勒出版公司（Berrett-Koehler Publishers）的史蒂文·皮尔桑迪（Steven Piersanti）和全体同仁，谢谢他们对这本书的信任。谢谢我们在“简单生活论坛”和“新美国梦中心”（Center for a New American Dream）的全体朋友，还有其他所有致力于建造一个更简单、更悠闲、更快乐的世界的人们：伙计们，你们妙极了！

我们额外感激帕梅拉·拉兹，她不知疲劳地重新调查了本书第一版涉及的所有时间性极强的数据，并在紧迫的时间期限里完成了再版数据的更新。

我们的另一笔人情债，欠给了《西雅图邮讯报》（*Seattle Post-Intelligencer*）的戴维·霍西，他不仅为本书前后两版绘制了一流的漫画，而且索取的稿费低得不可思议。能和这样一位才华横溢的艺术家（他是两届普利策奖得主）合作，我们实在深感荣幸。他活泼生动的漫画比得上千言万语。

最后，还要向所有曾经给予我们无私帮助的人们表示最真挚的谢意。但碍于种种原因，无法在此一一列举各位的姓名，我们深感抱歉。

① 该组织是一家独立的公众政策组织。——译者注

[General Information]
书名=流行性物欲症
作者=（美）格拉夫，瓦恩，内勒著
页数=245
SS号=11709466
出版日期=2006年9月